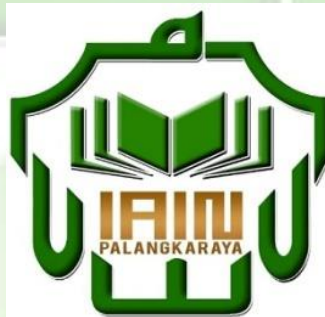


**DAMPAK PRODUK PEMBIAYAAN PAKET MASA DEPAN BANK
TABUNGAN PENSIUNAN NASIONAL SYARIAH MELALUI *MOBILE*
MARKETING SYARIAH DI KABUPATEN KOTAWARINGIN TIMUR**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi dan Memenuhi Sebagai Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Disusun Oleh

AHMAD SUBHANI

NIM. 150 411 0020

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

JURUSAN EKONOMI ISLAM

TAHUN 2019 M / 1440 H

PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : DAMPAK PRODUK PEMBIAYAAN PAKET MASA
DEPAN BANK TABUNGAN Pensiunan
Nasional Syariah Melalui MOBILE
MARKETING SYARIAH DI KABUPATEN
KOTAWARINGIN TIMUR

NAMA : AHMAD SUBHANI

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN : EKONOMI ISLAM

PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH

JENJANG : STRATA SATU (SI)

Palangka Raya, Agustus 2019

Menyetujui

Pembimbing I



Ali Sadikin, M. SI
NIP.197402011999031002

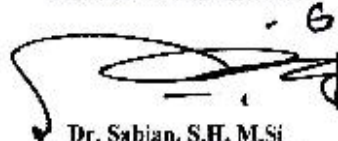
Pembimbing II



M. Riza Hafizi, M. Sc.
NIP. 198806172019031006

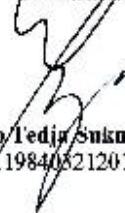
Mengetahui

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Sabian, S.H., M.Si
NIP.196311091992031004

Ketua Jurusan
Ekonomi Islam



Enriko Tedja Sukmana, M.SI
NIP.198408212011011012

NOTA DINAS

Hal : **Mohon Diuji Skripsi**
Saudara Ahmad Subhani

Palangka Raya, Agustus 2019

Kepada
Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi
**FEBI IAIN PALANGKA
RAYA**
Di-
Palangka Raya

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudari :

Nama : AHMAD SUBHANI

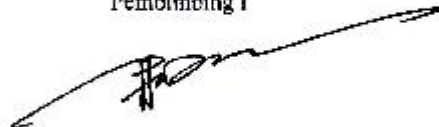
NIM : 1504110020

Judul : **DAMPAK PRODUK PEMBIAYAAN PAKET MASA DEPAN
BANK TABUNGAN Pensiunan NASIONAL SYARIAH
MELALUI MOBILE MARKETING SYARIAH DI
KABUPATEN KOTAWARINGIN TIMUR**

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya. Demikian atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

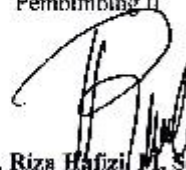
Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Ali Sadikin, M. SI
NIP. 197402011999031002

Pembimbing II



M. Riza Hafizi, M. Sc.
NIP. 198806172009031006

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **DAMPAK PRODUK PEMBIAYAAN PAKET MASA DEPAN BANK TABUNGAN Pensiunan Nasional Syariah MELALUI MOBILE MARKETING SYARIAH DI KABUPATEN KOTAWARINGIN TIMUR** oleh Ahmad Subhani, NIM: 150 411 0020 telah dimunaqasahkan oleh tim Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 07 Agustus 2019

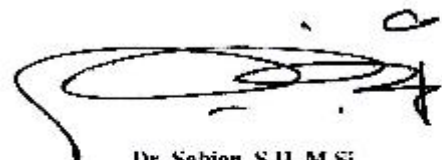
Palangka Raya, 07 Agustus 2019

TIM PENGUJI

1. **Zainal Arifin, M.Hum**
(Ketua Sidang/Penguji) (.....)
2. **Jelita, MSI**
(Penguji I) (.....)
3. **Ali Sadikin, MSI**
(Penguji II) (.....)
4. **M. Riza Hafizi, M.Sc.**
(Sekertaris/Penguji) (.....)

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Palangka Raya



Dr. Sabian, S.H., M.Si
NIP.196311091992031004

DAMPAK PRODUK PEMBIAYAAN PAKET MASA DEPAN BANK TABUNGAN PENSIUNAN NASIONAL SYARIAH MELALUI MOBILE MARKETING SYARIAH DI KABUPATEN KOTAWARINGIN TIMUR

ABSTRAK

Oleh Ahmad Subhani

Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah-nya menawarkan produk pembiayaan paket masa depan dalam memberikan akses permodalan kepada wanita prasejahtera di pedesaan yang ingin merubah hidup menjadi lebih sejahtera sehingga akan membawa dampak yang signifikan bagi nasabah di Kabupaten Kotawaringin Timur. Jadi, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana mekanisme produk pembiayaan paket masa depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional melalui *Mobile Marketing* Syariah di Kabupaten Kotawaringin Timur, untuk menganalisis mengenai implementasi produk pembiayaan paket masa depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah di Kabupaten Kotawaringin Timur serta untuk menganalisis mengenai bagaimana dampak produk pembiayaan paket masa depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah di Kabupaten Kotawaringin Timur.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) menggunakan metode penelitian kualitatif. Pendekatan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Adapun subjek penelitian ini adalah karyawan *Mobile Marketing* Syariah dan nasabah. Teknik pengumpulan datanya dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik pengabsahan datanya menggunakan triangulasi teori dan sumber dengan mengumpulkan data dan informasi dari berbagai sumber yang berbeda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa mekanisme produk pembiayaan paket masa depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional melalui *Mobile Marketing* Syariah di Kabupaten Kotawaringin Timur sudah sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang telah ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan dalam peraturannya Nomor 31/POJK.05/2014 tentang Penyelenggaraan Usaha Pembiayaan Syariah yang berlaku, mengenai implementasi produk pembiayaan paket masa depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah sudah sesuai dengan Standart Operasional Prosedur (SOP) yang ditetapkan oleh Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah yang berlaku melalui *Mobile Marketing* Syariah di Kabupaten Kotawaringin Timur, adapun mengenai dampak produk pembiayaan paket masa depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah di Kabupaten Kotawaringin Timur adalah memberikan dampak positif bagi peningkatan ekonomi nasabah di Kabupaten Kotawaringin Timur.

Kata Kunci: Produk Pembiayaan, *Mobile Marketing* Syariah.

**THE IMPACT OF PRODUCTS FOR THE FUTURE PACKAGE OF SHARIA
NATIONAL PENSION SAVINGS BANKS THROUGH SHARIAH MOBILE
MARKETING IN EAST KOTAWARINGIN DISTRICT**

ABSTRACT

By Ahmad Subhani

Sharia National Pensioners Savings Bank through its Sharia Mobile Marketing offers future package financing products in providing capital access to rural poor women who want to change lives to become more prosperous so that it will have a significant impact on customers in Kotawaringin Timur Regency. So, the purpose of this study is to analyze how the mechanism for financing future package products of the National Pension Savings Bank through Sharia Mobile Marketing in East Kotawaringin Regency, to analyze the implementation of the future package financing products of the National Sharia Pension Fund through Sharia Mobile Marketing in East Kotawaringin Regency As well as to analyze how the impact of financing products for the future package of the National Sharia Pension Fund through Sharia Mobile Marketing in East Kotawaringin Regency.

This research is a field (field research) using qualitative research methods. The approach in this study is qualitative descriptive. The subject of this study are employees of the Mobile Marketing Syariah and customers. Technique data collecting by observation, interviews, and documentation. Data validation techniques using triangulation theory and sources to collect data and information from different sources.

The results of this study indicate that the mechanism of the future package financing products National Savings Bank via Mobile Marketing Sharia at East Kotawaringin are in accordance with Standard Operating Procedures (SOPs) that has been set by the Financial Services Authority in its rules No. 31 / POJK.05 / 2014 on Islamic financing Business penyelenggaraan applicable, regarding the implementation of future financing product package National Savings Bank Syariah are in accordance with Standard Operating Procedures (SOP) established by the National Savings Bank Syariah applicable through Mobile Marketing Sharia at East Kotawaringin, As for the impact of future financing product package National Savings Bank Syariah via Mobile Marketing Sharia in East Kotawaringin is positive for economic improvement Kotawaringin customers in the East.

Keywords: Financing Products, Mobile Marketing Syariah.

KATA PENGANTAR

Bissmillaahirrohmaanirrohiim

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, berkat limpahan rahmat, taufik, hidayah dan inayyah-Nya jualah, maka skripsi yang berjudul “**DAMPAK PRODUK PEMBIAYAAN PAKET MASA DEPAN BANK TABUNGAN Pensiunan Nasional Syariah Melalui Mobile Marketing Syariah di Kabupaten Kotawaringin Timur**” dapat terselesaikan. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kehadiran junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan pengikut beliau hingga akhir zaman.

Penyelesaian tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan beberapa pihak baik berupa dorongan, bimbingan serta arahan yang diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu, dengan hati yang tulus menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya, khususnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M.Ag. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
2. Bapak Dr. Sabian, S.H, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
3. Bapak Enriko Tedja Sukmana, M.SI. selaku ketua Jurusan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.

4. Bapak Ali Sadikin. M.SI. selaku pembimbing I penulis yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan yang luar biasa sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak M. Riza Hafizi, M.Sc. selaku pembimbing II penulis yang telah memberikan bimbingan luar biasa, nasehat, serta waktunya selama penelitian dan penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Bapak Dr. Ahmad Dakhoir, M.HI selaku pembimbing akademik yang telah memberikan motivasi dan arahan.
7. Seluruh dosen Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya khususnya Program Studi Perbankan Syariah yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih telah meluangkan waktu, materi, tenaga untuk dapat membagi ilmu di sela kesibukan.
8. Terimakasih banyak kepada kedua orang tua saya yang telah membesarkan saya, mengkuliahkan saya, memotivasi saya untuk bisa menyelesaikan kuliah, berkat doa kedua orang tua saya, saya bisa seperti ini.
9. Semua teman-teman Program Studi Perbankan Syariah angkatan 2015 kelas A, khususnya para sahabat-sahabat saya yang dimana telah memberikan semangat dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Terimakasih banyak kepada seluruh keluarga saya yang telah memberi semangat untuk saya agar saya bisa meraih cita-cita saya.

Akhirnya penulis ucapkan kepada seluruh pihak yang turut membantu penulis dalam membuat skripsi ini semoga mendapat imbalan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Semoga kiranya skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Aamiin ya Robbal Alamiin.

Palangka Raya, Agustus 2019



Penulis

PERNYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Subhani

NIM : 150 411 0020

Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan skripsi dengan judul "Dampak Produk Pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah Melalui *Mobile Marketing* Syariah di Kabupaten Kotawaringin Timur", adalah benar karya saya sendiri. Jika kemudian hari karya ini terbukti merupakan duplikat atau plagiat, maka skripsi dan gelar yang saya peroleh dibatalkan.

Palangka Raya, Agustus 2019

Yang Membuat Pernyataan,

Ahmad Subhani

NIM. 1504110020

MOTTO

إِيَّاكَ نَعْبُدُ وَإِيَّاكَ نَسْتَعِينُ (٥)

“Hanya Engkaulah yang kami sembah, dan hanya kepada Engkaulah kami meminta pertolongan.” (QS. Al-Fatihah: 5)



PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Atas Ridho Allah Subhanahu Wata'ala dengan segala kerendahan hati penulis, karya ini saya persembahkan kepada:

- ♥ Kedua orang tua saya, Abah (Abdul Saleh) dan Mama (Sarifah Hairiah) yang selalu memanjatkan doa dan restu untuk segala kebaikan saya. Semoga dengan selesainya skripsi ini dan gelar sarjana ekonomi bisa bermanfaat bagi sesama untuk mengharapkan pahala dari Allah Subhanahu Wa Ta'alasehingga pahala tersebut juga bisa mengalir kepada kedua orang tua saya.
- ♥ Kakak dan adik saya tersayang, Herlina, Erma Dama Yanti, Fadilla Indriani yang memberikan semangat tiada henti.
- ♥ Semua dosen FEBI yang selama ini membimbing saya dalam menempuh studi demi bisa bermanfaat bagi nusa dan bangsa dikemudian hari.
- ♥ Kepada kampus tercinta IAIN Palangka Raya yang telah memberikan kesempatan untuk menimba ilmu dan memperoleh pengalaman menyenangkan.

♥ Mega Astuti, S.E yang selalu setia menemani saya dimasa sulit dan senang.

Terimakasih untuk doa dukungan motivasi dan pengorbanannya.

♥ Tak lupa pula untuk kawan-kawan seperjuangan saya . kita selalu menjalani masa-masa susah dan senang bersama semangat, motivasi yang tak terhingga. Semoga persahabatan kita selalu terjalin dan sukses bersama-sama.



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No.158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Keterangan |
|------------|-------------|--------------------|--------------------|
| أ | <i>Alif</i> | tidak dilambangkan | tidak dilambangkan |
| ب | <i>Bā'</i> | B | Be |
| ت | <i>Tā'</i> | T | Te |
| ث | <i>Ṣā'</i> | Ṣ | es titik di atas |
| ج | <i>Jim</i> | J | Je |
| ح | <i>Hā'</i> | H | ha titik di bawah |
| خ | <i>Khā'</i> | Kh | ka dan ha |
| د | <i>Dal</i> | D | De |
| ذ | <i>Ḍal</i> | Ḍ | zet titik di atas |
| ر | <i>Rā'</i> | R | Er |
| ز | <i>Zai</i> | Z | Zet |
| س | <i>Sīn</i> | S | Es |
| ش | <i>Syīn</i> | Sy | es dan ye |
| ص | <i>Ṣād</i> | Ṣ | es titik di bawah |
| ض | <i>Dād</i> | d . | de titik di bawah |

| | | | |
|---|-------------|--------|-------------------------|
| ط | <i>Tā'</i> | Ṭ | te titik di bawah |
| ظ | <i>Zā'</i> | Z . | zet titik di bawah |
| ع | <i>'Ayn</i> | ...' | koma terbalik (di atas) |
| غ | <i>Gayn</i> | G | Ge |
| ف | <i>Fā'</i> | F | Ef |
| ق | <i>Qāf</i> | Q | Qi |
| ك | <i>Kāf</i> | K | Ka |

| | | | |
|---|---------------|------|----------|
| ل | <i>Lām</i> | L | El |
| م | <i>Mīm</i> | M | Em |
| ن | <i>Nūn</i> | N | En |
| و | <i>Waw</i> | W | We |
| ه | <i>Hā'</i> | H | Ha |
| ء | <i>Hamzah</i> | ...' | Apostrof |
| ي | <i>Yā</i> | Y | Ye |

B. Konsonan Rangkap Karena *tasydīd* Ditulis Rangkap:

| | | |
|----------|---------|---------------------|
| متعاقدين | Ditulis | <i>muta'āqqidīn</i> |
| عدة | Ditulis | <i>'iddah</i> |

C. *Tā' marbūtah* di Akhir Kata.

1. Bila dimatikan, ditulis h:

| | | |
|------|---------|---------------|
| هبة | Ditulis | <i>Hibah</i> |
| جزية | Ditulis | <i>Jizyah</i> |

(Ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis t:

| | | |
|------------|---------|----------------------|
| الله نعمة | Ditulis | <i>ni'matullāh</i> |
| زكاة الفطر | Ditulis | <i>zakātul-fitri</i> |

D. Vokal Pendek

| | | | |
|-----|--------|---------|---|
| —َ— | Fathah | Ditulis | A |
| —ِ— | Kasrah | Ditulis | I |
| —ُ— | Dammah | Ditulis | U |

E. Vokal Panjang:

| | | |
|--------------------|---------|-------------------|
| Fathah + alif | Ditulis | Ā |
| جاهلية | Ditulis | <i>Jāhiliyyah</i> |
| Fathah + ya' mati | Ditulis | Ā |
| يسعي | Ditulis | <i>yas'ā</i> |
| Kasrah + ya' mati | Ditulis | Ī |
| مجيد | Ditulis | <i>Majīd</i> |
| Dammah + wawu mati | Ditulis | Ū |
| فروض | Ditulis | <i>Furūd</i> |

F. Vokal Rangkap:

| | | |
|--------------------|---------|-----------------|
| Fathah + ya' mati | Ditulis | Ai |
| بينكم | Ditulis | <i>Bainakum</i> |
| Fathah + wawu mati | Ditulis | Au |
| قول | Ditulis | <i>Qaul</i> |

G. Vokal-vokal Pendek Yang Berurutan Dalam Satu Kata, Dipisahkan dengan Apostrof.

| | | |
|-----------|---------|------------------------|
| النتم | Ditulis | <i>a'antum</i> |
| اعدت | Ditulis | <i>u'iddat</i> |
| لئن شكرتم | Ditulis | <i>la'in syakartum</i> |

H. Kata Sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

| | | |
|--------|---------|------------------|
| القرآن | Ditulis | <i>al-Qur'ān</i> |
| القياس | Ditulis | <i>al-Qiyās</i> |

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf “l” (el) nya.

| | | |
|--------|---------|------------------|
| السماء | Ditulis | <i>as-Samā'</i> |
| الشمس | Ditulis | <i>asy-Syams</i> |

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

| | | |
|------------|---------|----------------------|
| ذوى الفروض | Ditulis | <i>zawī al-furūd</i> |
| هل السنة | Ditulis | <i>ahl as-Sunnah</i> |

DAFTAR ISI

| | |
|---|---------------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| PERSETUJUAN SKRIPSI..... | Error! Bookm |
| NOTA DINAS..... | Error! Bookm |
| LEMBAR PENGESAHAN | iv |
| ABSTRAK | v |
| ABSTRACT..... | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS..... | Error! Bookm |
| MOTTO | x |
| PERSEMBAHAN..... | xiii |
| PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN | xv |
| DAFTAR ISI..... | xx |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | Error! Bookm |
| DAFTAR LAMPIRAN | xxiv |
| DAFTAR SINGKATAN..... | xxvii |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|-------------------------|---|
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 7 |

| | |
|--------------------------------|---|
| C. Tujuan Penelitian | 7 |
| D. Kegunaan Penelitian | 8 |
| E. Sistematika Penulisan | 8 |

BAB II KAJIAN PUSTAKA

| | |
|--|----|
| A. Penelitian Terdahulu | 10 |
| B. Kajian Teoritik | 16 |
| 1. Teori Dampak | 14 |
| 2. Teori Perbankan Syariah | 16 |
| 3. Teori Pembiayaan | 23 |
| 4. <i>Mobile Marketing</i> Syariah | 36 |
| C. Kerangka Pikir | 49 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|--------------------------------------|----|
| A. Waktu dan Tempat Penelitian | 51 |
| B. Jenis Pendekatan Penelitian | 52 |
| C. Objek dan Subjek Penelitian | 52 |
| D. Teknik Pengumpulan Data | 54 |
| E. Pengabsahan Data | 56 |
| F. Teknik Analisis Data | 57 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|----|
| A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian | 59 |
| B. Gambaran Umum BTPN Syariah | 61 |
| C. <i>Mobile Marketing</i> Syariah BTPN Syariah | 69 |
| C. Penyajian Data | 72 |
| C. Analisis Data | 97 |

BAB V PENUTUP

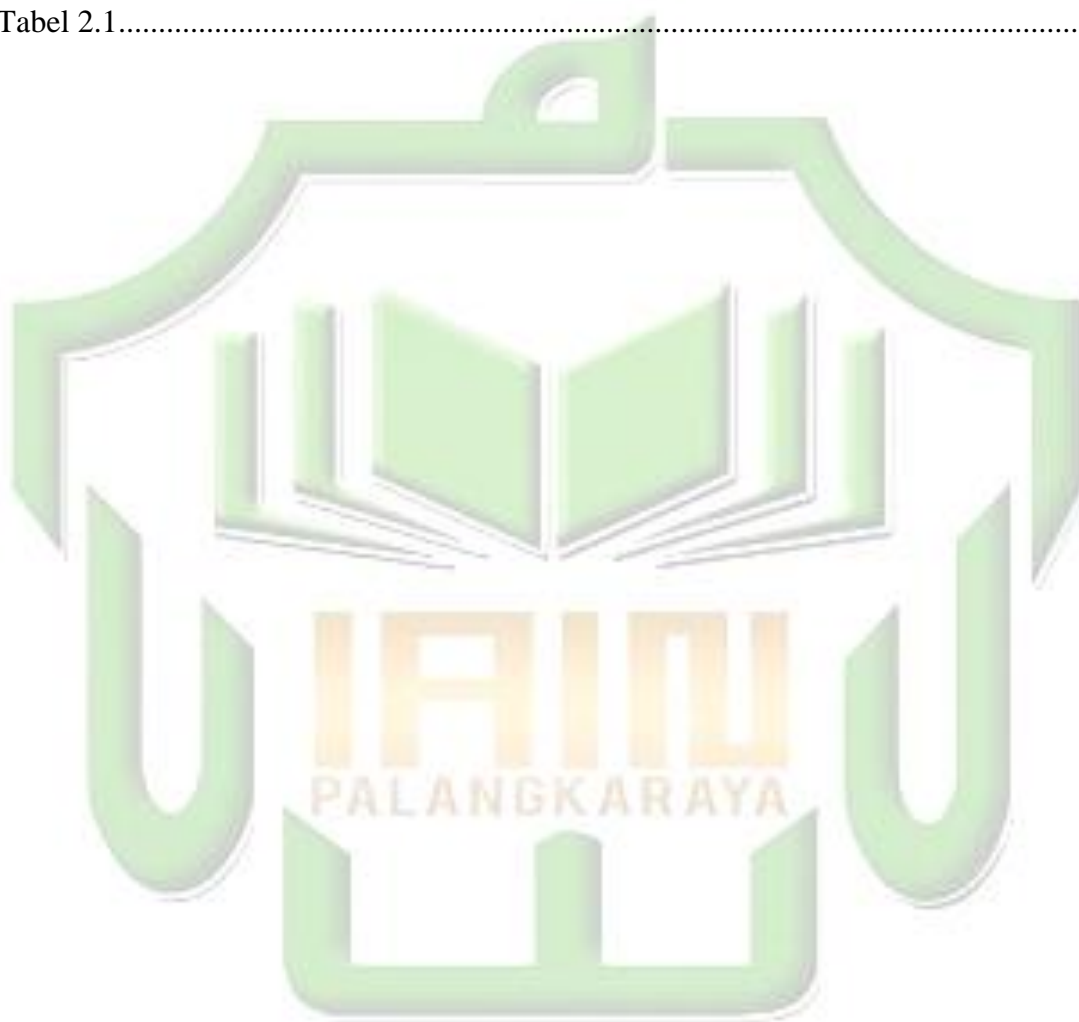
| | |
|---------------------|-----|
| A. Kesimpulan | 118 |
| B. Saran | 119 |

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | |
|----------------------------------|----|
| Tabel 1.1 Jenis-jenis usaha..... | 5 |
| Tabel 2.1..... | 23 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Laporan pembiayaan pembiayaan BTPN Syariah | 3 |
| Gambar 2.1 Kerangka Berpikir | 50 |
| Gambar 3.1 Struktur Organisasi <i>Mobile Marketing</i> Syariah | 71 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--------------|----------------------|
| LAMPIRAN I | ADMINISTRASI |
| LAMPIRAN II | FOTO-FOTO |
| LAMPIRAN III | DAFTAR RIWAYAT HIDUP |



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Visi, misi dan nilai Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah bertujuan agar mengembangkan perekonomian serta kesejahteraan jutaan rakyat Indonesia menjadi terpenuhi. Visinya adalah untuk menjadi bank syariah yang terbaik dan sekaligus mengembangkan keuangan inklusi sehingga dapat mengubah jutaan masyarakat sejalan dengan ini, misinya adalah untuk bekerja sama menciptakan peluang pertumbuhan usaha dari mencapai kehidupan yang lebih berarti.¹

Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945 menyatakan bahwa desa harus diperkuat dengan memperhebat koperasi-koperasi masyarakat desa, lumbung desa dan badan usaha milik desa, disamping itu usaha mikro dan menengah. Untuk menunjang hal itu, warga desa harus diberi akses permodalan, akses pasar, teknologi, serta pelatihan dan bimbingan.²

Pengusaha kecil dalam memenuhi kebutuhan usahanya di desa Bagendang Tengah, desa Sebanan dan Desa Sei Ijum tidak sedikit para pengusaha kecil meminjam dananya kepada para rentenir yang bunganya tinggi karena kebutuhan untuk mempertahankan usahanya. Dengan kemampuan modal sendiri maupun pinjaman dari pihak ketiga walaupun dengan bunga yang berlipat ganda serta harus memenuhi beberapa peraturan

¹Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah, *Tentang Kami*, <https://www.btpn.com/id/tentang-kami/btpn-syariah>, (Online pada tanggal 12 Februari 2019).

²Bernhard Limbong, *Ekonomi Kerakyatan Dan Nasionalisme Ekonomi*, Jakarta: PT Dharma Karsa Utama, 2013, h.3.

yang dibuat oleh sepihak, dampaknya sangat tidak jelas, walaupun mendapatkan keuntungan dari usahanya dari keuntungan tersebut habis hanya untuk membayar bunga saja. Bahkan tidak sedikit dari mereka yang mengalami gulung tikar, dikarenakan beban bunga yang sangat tinggi.

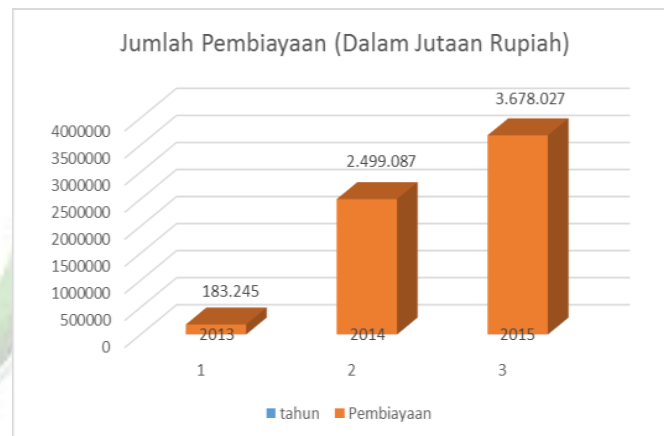
Beban bunga yang sangat tinggi maka para pengusaha kecil tidak mampu untuk meningkatkan usahanya tersebut. Ini semata-mata dikarenakan tidak adanya pembiayaan yang Islami. Disini lah peran perbankan syariah sebagai lembaga keuangan yang menunjang masyarakat ke akses permodalan usaha dalam bentuk pembiayaan istilah di perbankan syariah. Perbankan syariah atau biasa disebut Bank Tanpa Bunga adalah lembaga keuangan perbankan yang operasional dan produknya berdasarkan prinsip syariah.³

Produk pembiayaan merupakan produk unggulan yang ditawarkan oleh BTPN Syariah. Hal ini dibuktikan dengan keberhasilan BTPN Syariah pada tahun 2015 dan 2016 mendapatkan penghargaan sebagai Bank Umum Syariah Terbaik Pertama dengan Penyaluran Pembiayaan Tertinggi Kategori Buku 1 dan 2 dari *The 11th Islamic Finance Awarding 2015* dan *The 12th Islamic Finance Awarding 2016*, sebagai Bank Umum Syariah dengan Profitabilitas Tertinggi pada acara *Islamic Finance Awarding* dan penghargaan sebagai Bank Pendukung Usaha Mikro Kecil Menengah

³Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014, h.2.

(UMKM) 2016 Terbaik 1 Kategori Buku 1 dari Bank Indonesia pada tanggal 1 Juni 2016 lalu.⁴

Gambar 1.1 Jumlah Pembiayaan



Sumber : Laporan tahunan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah Tahun 2015.

Berdasarkan gambar diagram diatas penyaluran pembiayaan yang diberikan BTPN Syariah dapat diketahui BTPN Syariah terus berusaha meningkatkan pelayanan pembiayaan kepada masyarakat pra-sejahtera di seluruh Indonesia dengan menyalurkan dana pembiayaan Paket Masa Depan mencapai 3.678.027 (dalam jutaan rupiah) pada tahun 2015. Produk pembiayaan itu adalah Paket Masa Depan adalah program terpadu BTPN Syariah yang diberikan kepada sekelompok wanita di pedesaan yang ingin berusaha dan memiliki impian untuk merubah hidup, tetapi tidak memiliki akses ke layanan perbankan. Produk pembiayaan Paket Masa Depan memiliki kelebihan manfaat yang ditawarkan kepada nasabah

⁴Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah, *Penghargaan-penghargaan tahun 2015* (<https://www.btpnsyariah.com/berita-media/penghargaan/61-penghargaan-2015>), diakses pada tanggal 17 Januari 2010.

yang terdiri dari: pembiayaan, tabungan dan manfaat asuransi. Keunikan Pembiayaan Paket Masa Depan yakni menyalurkan pembiayaan khusus kepada perempuan pedesaan prasejahtera serta melakukan bimbingan dan pelatihan usaha dan juga tidak ada jaminan terhadap pembiayaan Paket Masa Depan. BTPN Syariah membuat solusi untuk menyalurkan produk Pembiayaan Paket Masa Depan ke pedesaan dengan dibuat Unit Syariah yang disebut *Mobile Marketing* Syariah. Kalimantan Tengah khususnya di Kecamatan Mentaya Hilir Selatan dan Mentaya Hilir Utara, sudah berdiri *Mobile Marketing* Syariah sejak tahun 2016 yang merupakan anak dari BTPN Syariah yang berpusat di Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah. *Mobile Marketing* Syariah ini bernama *Mobile Marketing* Syariah Mentaya Hilir Selatan. Selain *Mobile Marketing* Syariah Mentaya hilir Selatan di Kabupaten Kotawaringin Timur juga tersebar *Mobile Marketing* Syariah di setiap kecamatan, terdapat 15 *Mobile Marketing* Syariah. Salah satunya ialah *Mobile Marketing* Syariah Mentaya hilir selatan hadir untuk memberikan solusi tidak hanya untuk masyarakat desa Kecamatan Mentaya Hilir selatan tetapi juga mencakup masyarakat Kecamatan Mentaya Hilir Utara dalam membuat usaha ataupun meningkatkan usaha, membantu mensejahterakan ekonomi keluarga dengan menyalurkan produk pembiayaan Paket Masa Depan. Selain itu *Mobile Marketing* Syariah Mentaya hilir Selatan memiliki letak yang strategis yaitu terletak ditengah-tengan antara dua kecamatan Mentaya Hilir Selatan dan Kecamatan Mentaya Hilir Utara, di salah satu jalan

utama Pasar Samuda tepatnya di jalan Partoe Muksin, Kecamatan Mentaya Hilir Selatan, Kabupaten Kotawaringin Timur Kalimantan Tengah.⁵

Peneliti lebih memfokuskan penelitian ini kepada 3 desa sebagai rujukan, yaitu desa Sebamban, desa Sei Ijum di Kecamatan Mentaya Hilir Selatan dan desa Bagendang Tengah di Kecamatan Mentaya Hilir Utara. Hal ini dikarenakan, yang pertama adalah desa Sebamban merupakan desa yang mempunyai statistik data pertumbuhan penduduk tertinggi mencapai 2.16%,⁶ yang kedua desa Sei Ijum merupakan salah satu desa yang masyarakatnya paling banyak melakukan pembiayaan Paket Masa Depan pada *Mobile Marketing* Syariah,⁷ yang ketiga desa Bagendang Tengah merupakan desa dengan populasi penduduk per rumah terbanyak dengan jumlah kepadatan sebesar 4,16%.⁸ Usaha yang dijalankan masyarakat di 3 (tiga) desa tersebut yaitu, sebagai berikut :

Tabel 2.1
Jenis-jenis usaha

| NAMA DESA | JENIS USAHA | | | |
|------------------|-------------|--------|-----------|--------------------|
| | Pertanian | Warung | Perikanan | Jasa dan lain-lain |
| Sebamban | 260 | 17 | 30 | 83 |
| Sei Ijum | 335 | 15 | 110 | 30 |
| Bagendang Tengah | 278 | 23 | 10 | 103 |
| Jumlah | 873 | 55 | 150 | 216 |

Sumber : Hasil Observasi dan wawancara di desa Bagendang Tengah, desa Sebamban dan desa Sei Ijum.

⁵Hasil wawancara dengan *Senior Community Officer*, Tanggal 21 Januari 2018 Pukul 09:35 WIB.

⁶Badan Pusat Statistik Kabupaten Kotawaringin Timur, *Kecamatan Mentaya Hilir Selatan Dalam Angka*, Kab. Kotim: Bps Kabupaten Kotawaringin Timur, 2016, h.3.

⁷Hasil wawancara dengan Bagian *Marketing*, Tanggal 21 Januari 2018 Pukul 10:40 WIB.

⁸Badan Pusat Statistik Kabupaten Kotawaringin Timur, *Kecamatan Mentaya Hilir Utara Dalam Angka*, Kab. Kotim: Bps Kabupaten Kotawaringin Timur, 2016, h.3.

Pada umumnya, hambatan yang biasa dihadapi oleh masyarakat pedesaan yang ingin menjadi pelaku usaha adalah masalah keterbatasan keuangan (*finance*), keterbatasan ilmu (*knowlegde*), dan keterbatasan pengalaman (*experience*). Dari ketiga hambatan tersebut, hambatan yang paling dominan dialami oleh masyarakat pedesaan terletak pada faktor keuangan atau permodalan serta faktor pengetahuan hal inilah. Kedua hambatan terebut masyarakat daerah khususnya desa Sebam dan desa Sei Ijum di Kecamatan Mentaya Hilir Selatan dan juga desa Bagendang Tengah di Kecamatan Mentaya Hilir Utara,⁹ Kabupaten Kotawaringin Timur Kalimantan Tengah banyak yang melakukan pembiayaan Paket Masa Depan di *Mobile Marketing Syariah*. Masyarakat dari ke 3 desa tersebut sangat antusias dengan kehadiran *Mobile Marketing Syariah*, *Mobile Marketing Syariah* tidak hanya memberikan akses permodalan tetapi juga berperan aktif memberikan bimbingan dan pelatihan.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti merasa tertarik dan meneliti lebih lanjut. Kemudian menyusunnya dalam skripsi yang berjudul **“DAMPAK PRODUK PEMBIAYAAN PAKET MASA DEPAN BANK TABUNGAN Pensiunan Nasional Syariah Melalui *MOBILE MARKETING SYARIAH* DI KABUPATEN KOTAWARINGIN TIMUR”**.

⁹Hasil wawancara dengan nasabah produk pembiayaan Paket Masa Depan tanggal 23 Januari 2019 pukul 09:15 WIB.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dirumuskan pokok-pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme produk pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah?
2. Bagaimana implementasi produk pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah?
3. Bagaimana dampak produk pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah di Kabupaten Kotawaringin Timur ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang hendak dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk Menganalisis bagaimana mekanisme produk pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabunga Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah di Kabupaten Kotawaringin Timur.
2. Untuk menganalisis bagaimana implementasi produk pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah di Kabupaten Kotawaringin Timur..

3. Untuk Menganalisis bagaimana dampak produk pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah di Kabupaten Kotawaringin Timur.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan atau manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan khazanah ilmu pengetahuan kepada para akademisi guna mengetahui tentang ekonomi Islam dan unit-unit usaha syariah khususnya perbankan syariah yaitu tentang dampak pembiayaan terhadap kesejahteraan masyarakat khususnya pedesaan.

2. Kegunaan Praktis

Bagi *Mobile Marketing* Syariah Mentaya Hilir Selatan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan motivasi bagi manajemen *Mobile Marketing* Syariah Mentaya Hilir Selatan dalam membangun kesejahteraan masyarakat pedesaan yang ada di Kecamatan Mentaya Hilir Selatan dan Kecamatan Mentaya Hilir Utara.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini, dibagi menjadi 5 bagian yaitu:

BAB I: Pendahuluan

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: Kajian Pustaka

Bab ini akan menguraikan tentang kajian pustaka yang berkaitan dengan topik penelitian ini, yaitu penelitian terdahulu, kajian teoritik yang meliputi teori dampak, Teori perbankan syariah, teori Pembiayaan, kerangka pikir.

BAB III: Metode Penelitian

Bab ini akan menguraikan tentang waktu dan tempat penelitian, jenis dan pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, pengabsahan data, dan teknik analisis data.

BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini akan dipaparkan data-data hasil penelitian secara rinci dan menyeluruh.

BAB V: Penutup

Bab ini merupakan uraian akhir dari penelitian yang dilakukan. Bab ini terbagi atas bagian kesimpulan dan saran dari peneliti.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelusuran berbagai kepustakaan, penulis belum menemukan penelitian mengenai dampak produk pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah di Kabupaten Kotawaringin Timur, namun peneliti akan memaparkan hasil penelitian terdahulu yang menjadi pustaka acuan penelitian dalam menyusun penelitian ini.

Penelitian Pertama, Penelitian Dwi Diah Suryaningsih (2017) dengan judul “Analisis Peningkatan Kesejahteraan Nasabah Pembiayaan Mikro Pada PT BRI Syariah KCP Mojokerto Bangsal.”¹⁰ Penelitian ini berlokasi di jalan Gempol No. 68, Pacing, Bangsal, Mojokerto, Jawa Timur. Tujuan penelitian untuk mengetahui dan menganalisis peningkatan kesejahteraan pembiayaan usaha mikro dan metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini ialah Pembiayaan Mikro BRI Syariah Mojokerto Bangsal sangat jelas berperan aktif untuk peningkatan kesejahteraan nasabah. Hal ini dapat dilihat dari keadaan nasabah sebelum dan sesudah nasabah melakukan pembiayaan mikro di BRI Syariah Mojokerto Bangsal. Berdasarkan hasil pemaparan penelitian tersebut diatas, yang dilakukan oleh Dwi Diah Suryaningsih (2017) bahwa keterkaitan antara penelitian yang dilakukan oleh

¹⁰Dwi Diah Suryaningsih, *Analisis Peningkatan Kesejahteraan Nasabah Pembiayaan Mikro di PT BRI Syariah KCP Mojokerto Bangsal*, Skripsi, Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2017.

peneliti, terletak pada variabel kesejahteraan yang merupakan pokok dari tugas utama penelitian.

Penelitian Kedua, Penelitian yang dilakukan oleh Dia Oktavia Sari (2017) dengan judul “Pengaruh Pembiayaan Modal Kerja Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Nasabah Bank BTN Syariah Palembang.”¹¹ Penelitian ini berlokasi di Bank BTN Syariah Palembang di jalan Veteran No. 325-329 Palembang. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pemberian pembiayaan modal kerja terhadap peningkatan pendapatan usaha nasabah Bank BTN Syariah Palembang, metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan desain deskriptif analisis kemudian hasil penelitian pembiayaan modal kerja Bank BTN Syariah Palembang berpengaruh positif terhadap pendapatan usaha nasabah. Hal ini dapat dilihat dari uji t yang menghasilkan nilai sigt sebesar 6. 586- 2.00030, berarti hubungan antara pembiayaan modal kerja terhadap pendapatan usaha nasabah Bank Btn Syariah Palembang berpengaruh positif. Keterkaitan penelitian yang dilakukan oleh Dia Oktavia Sari (2017) tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu terletak pada Variabel Pembiayaan yang menjadi fokus utama.

Penelitian Ketiga, Penelitian Fitriani Prastiawati dan Emile Satia Darma (2016) dengan judul “Peran Pembiayaan Baitul Maal Wat Tamwil Terhadap perkembangan usaha dan peningkatan Kesejahteraan anggotanya dari Sektor Mikro Pedagang Pasar Tradisional”. Populasi penelitian ini ialah

¹¹Dia Oktavia Sari, *Pengaruh Pembiayaan Modal Kerja Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Nasabah Bank BTN Syariah Palembang*, Skripsi, Palembang, UIN Raden Fatah, 2017.

BMT yang beroperasi di Bantul sedangkan sampel penelitian ini adalah para pedagang pasar tradisional di Bantul. Kemudian Metode penelitian ini adalah Survey dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan *Purposiv Sampling*, penelitian ini bertujuan untuk memberikan masukan dan saran khususnya bagi Manajemen Bantul untuk pengembangan bisnisnya. Kemudian hasil penelitian ini berpengaruh positif terhadap peningkatan kesejahteraan, bisa dikatakan BMT Bantul sudah memiliki peran positif terhadap perkembangan usaha dan peningkatan kesejahteraan. Keterkaitan antara penelitian yang dilakukan Fitriani Prastiawati dan Emile Satia Darma (2016) dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu terletak pada variabel Kesejahteraan. Hal ini dapat dilihat dari Peningkatan kesejahteraan untuk pedagang pasar tradisional BMT Bantul.

Penelitian Keempat, Penelitian yang dilakukan Andry Herdiansyah (2008) dengan judul “Pengaruh Pembiayaan Modal Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Nasabah (Studi pada Bank DKI Syariah Cabang Wahid Hasyim)”¹² Tempat Penelitian ini ialah Bank DKI Syariah Cabang Wahid Hasyim, dengan tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh pembiayaan modal kerja terhadap pendapatan usaha nasabah. Metode Penelitian yang digunakan adalah perpaduan antara penelitian kualitatif dan kuantitatif dengan pendekatan survey. Dimana hasil yang didapat dalam penelitian ini yaitu gambaran produk bank syariah pada Bank DKI Syariah berada pada kategori baik dan berpengaruh positif bagi nasabah terhadap pendapatan usaha Bank

¹²Andry Herdiansyah, *Pengaruh Pembiayaan Modal Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Nasabah (Studi pada Bank DKI Syariah Cabang Wahid Hasyim)*, Skripsi, Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah, 2008.

DKI Syariah. Berdasarkan dari hasil pemaparan penelitian yang dilakukan oleh Andry Herdiansyah (2008) bahwa keterkaitan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada salah satu fokus utama. Adapun fokus utama tersebut yaitu produk pembiayaan bank syariah yang merupakan dari bagian dari produk-produk perbankan syariah.

Secara umum keempat hasil penelitian diatas terdapat kaitannya dengan masalah yang akan diteliti, yakni masalah nasabah, pembiayaan dan lembaga keuangan syariah. Akan tetapi secara khusus, tidak ada satupun dari keempat hasil penelitian tersebut sama persis dengan masalah yang akan peneliti lakukan dalam penelitian. Sebab terdapat perbedaan dalam perumusan masalah dan isi dari penelitian diatas. Oleh karena itu, Peneliti memandang penelitian yang berjudul “Dampak Produk Pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah Melalui *Mobile Marketing* Syariah di Kabupaten Kotawaringin Timur” ini terdapat perbedaan dengan keempat penelitian diatas.

Untuk memperjelas dan memepermudah peneliti dalam melakukan penelaahan karya-karya ilmiah yang berkenaan dengan penelitian yang akan diteliti maka peneliti uraikan dalam bentuk tabel (lihat lampiran)

B. Kajian Teori

1. Teori Dampak

a. Pengertian Dampak

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Dampak bisa diartikan sebagai benturan pengaruh atau akibat yang kuat.¹³ Dalam setiap keputusan yang diambil oleh seorang atasan biasanya mempunyai dampak tersendiri, baik itu dampak positif maupun negatif dari sebuah tindakan yang dilakukan oleh satu/ kelompok orang yang melakukan kegiatan tertentu. Dampak terbagi menjadi dua. Yaitu :

1) Dampak Positif

Dampak positif adalah akibat baik atau pengaruh menguntungkan yang didapatkan dari berbagai hal atau peristiwa yang terjadi. Contoh Aktivitas konsumsi yang menimbulkan dampak positif yaitu seseorang atau sekelompok pesohor (*Celebrite*) menggunakan pakaian produksi nasional, seperti batik, dengan penuh kebanggan, ditempat umum, seperti di acara pesta, acara memperingati suatu peristiwa nasional, maka hal ini tentu akan ditimbulkan dampak positif bagi masyarakat, dimana akan mendorong masyarakat untuk melakukan hal yang sama, yaitu bangga memakai batik, dan

¹³Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013, h.234.

tentu akan meningkatkan permintaan terhadap batik produksi nasional.¹⁴

2) Dampak Negatif

Dampak Negatif dalam hal ini pengaruh atau akibat yang menimbulkan beban, gangguan, merugikan dan cenderung memperburuk keadaan.¹⁵ Contoh Aktivitas konsumsi yang menimbulkan dampak negatif yaitu karena kemajuan peradaban dan meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan, maka aktivitas merokok di tempat umum, seperti rumah ibadah, terminal, pelabuhan, lapangan terbang, sekolah, rumah sakit sangat dibatasi dan dilarang. Bila ada seseorang atau sekelompok orang tetap merokok ditempat-tempat tersebut, maka hal ini akan menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat.

Dampak dari keberadaan suatu usaha merupakan keniscayaan yang perlu diketahui oleh para pelaku ekonomi karena pada akhirnya akan mempengaruhi kesejahteraan masyarakat.¹⁶ Dampak Pembiayaan menjadi kemudahan bagi masyarakat kecil untuk mempunyai akses untuk memperoleh pembiayaan pinjaman¹⁷. Sedangkan dampak pembiayaan di bank syariah dapat dilihat dari keuntungan dan penambahan permintaan

¹⁴Henry Faizal Noor, *Ekonomi Publik (Ekonomi Kesejahteraan Rakyat)*, Padang: Akademia, 2013, h.152.

¹⁵*Ibid.*, h.151.

¹⁶*Ibid.*, h.147.

¹⁷Bernhard Limbong, *Ekonomi Kerakyatan dan Nasionalisme Ekonomi*,..., h.162.

ataupun pengurangan pembiayaan kembali pada tahap selanjutnya. Jika keuntungan dan permintaan pembiayaan pada tahun selanjutnya meningkat maka tingkat dampak positif sebuah pembiayaan juga semakin besar. Dan jika keuntungan dan permintaan pembiayaan pada tahun selanjutnya menurun maka tingkat dampak negatif sebuah pembiayaan juga semakin besar. Dampak dalam hal ini adalah dalam perihal ekonomi, pengaruh suatu penyelenggaraan kegiatan pembiayaan PAKET MASA DEPAN terhadap tingkat kesejahteraan perekonomian masyarakat di Kotawaringin Timur.

2. Teori Perbankan Syariah

a. Pengertian Perbankan Syariah

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dengan tujuan untuk mendorong peningkatan taraf hidup rakyat banyak.¹⁸ Bank bisa disebut sebagai Financial Intermediary, yaitu sebagai penghimpun dana masyarakat dan penyaluran dana kepada masyarakat.

Di Indonesia telah lahir bank syariah pada tahun 1992. Bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam, dalam kegiatannya bank syariah tidak menerapkan sistem bunga

¹⁸Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Bank Syariah*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014, h.2.

kepada nasabah melainkan dengan sistem bagi hasil sesuai dengan perjanjian antara bank dan nasabah.¹⁹

Bank syariah pertama di Indonesia adalah bank Muamalat kemudian pada tahun 2014 berdiri Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah yang merupakan bank syariah ke 12 yang ada di Indonesia dengan slogan menjadi bank syariah terbaik, untuk keuangan inklusif, mengubah hidup berjuta rakyat Indonesia. BTPN Syariah merupakan perpaduan dari dua bank yaitu PT. Bank Sahabat Purbadanarta dan Unit Usaha Syariah BTPN. Bank Sahabat Purbadanarta di akuisisi oleh BTPN pada tahun 2014 kemudian dikonversi menjadi BTPN Syariah berdasarkan Surat Keputusan OJK pada tanggal 22 Mei 2014.

Dalam sistem operasional bank syariah, pembayaran dan penarikan bunga dilarang dalam semua bentuk transaksi. bank syariah tidak mengenal sistem bunga bank bunga yang diperoleh dari nasabah yang meminjam uang atau bunga yang dibayar kepada penyimpan dana di bank syariah.²⁰

Secara umum pengertian bank islam (*islamic bank*) adalah bank yang pengoprasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat islam.

¹⁹ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2014, h.229.

²⁰Khotibul Umam, Setiawan Budi Utomo, *Perbankan Syariah Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2014, h.77.

Dibawah ini dikemukakan beberapa bank Islam, yaitu sebagai berikut:²¹

Menurut Rachmadi Usman dalam bukunya

“Bank Islam adalah bank beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, yakni bank yang dalam beroperasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam khususnya menyangkut tata cara bermuamalah secara Islam. Dalam tata cara bermuamalah itu di jauhi praktik-praktik yang sangat dikhawatirkan mengandung unsur riba untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan”.

Dikatakan pula bahwa :

“Bank Islam adalah bank yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Alquran dan Al-Hadis, yakni bank yang tata cara beroperasinya itu mengikuti suruhan dan larangan yang tercantum dalam Alquran dan Al-Hadis. Sesuai dengan suruhan dan larangan itu maka yang di jauhi adalah praktik-praktik yang mengandung unsur riba, sedang yang diikuti adalah praktik-praktik yang dilakukan di zaman Rasulullah atau bentuk-bentuk usaha yang telah ada sebelumnya tapi tidak dilarang oleh beliau”.

Dari pengertian bank Islam yang dikemukakan oleh para ahlinya maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan bank Islam atau bank syariah adalah badan usaha yang fungsinya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat yang sistem dan mekanisme kegiatan usahanya berdasarkan kepada hukum Islam atau prinsip syariah sebagaimana yang telah diatur dalam Alquran dan Al-Hadis.

Dalam menjalankan aktivitasnya, bank syariah tersebut menganut prinsip-prinsip sebagai berikut :²²

²¹Rachmadi Usman, *Aspek Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*, Jakarta : Sinar Grafika, 2014, h. 33

1) Prinsip Keadilan

Prinsip ini tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan yang disepakati bersama antara bank dan nasabah.

2) Prinsip Kesederajatan

Bank syariah menempatkan nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank pada kedudukan yang sama dan sederajat. Hal ini tercermin dalam hak, kewajiban risiko, dan keuntungan yang berimbang antara nasabah penyimpan dana, pengguna dana maupun bank.

3) Prinsip Ketentraman

Produk-produk syariah telah sesuai dengan prinsip dan kaidah muamalah Islam, antara tidak adanya unsur riba serta penerapan zakat harta, artinya nasabah akan merasakan ketentraman lahir maupun batin.

Bank syariah memiliki fungsi utama yaitu:²³

1) Sebagai penghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana.

Bank syariah Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dengan menggunakan akad *wadiah* dan dalam bentuk investasi dengan menggunakan akad *mudhrabah*. *Wadiah* adalah akad antara pihak pertama (nasabah) dengan pihak kedua (bank syariah), dimana pihak pertama menitipkan dananya kepada

²²Ibid, h. 35

²³ Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2011, h.39-42.

bank dan pihak kedua bank menerima titipan untuk dapat memanfaatkan. *Mudharabah* merupakan akad antara pihak yang memiliki dana kemudian menginvestasikan dananya tau disebut juga dengan *shahibul maal* dengan pihak kedua atau bank yang menerima dana yang disebut dengan *mudharib*, yang mana pihak *mudharib* dapat memanfaatkan dana yang diinvestasikan oleh *shahibul maal* untuk tujuan tertentu yang diperbolehkan oleh syariat Islam.

2) Sebagai penyaluran dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana

Bank syariah menyalurkan dana kepada masyarakat dengan menggunakan berbagai macam akad-akad, antara lain akad jual beli dan akad kerjasama. dalam akad jual beli, maka *return* yang diperoleh bank atas penyaluran dananya adalah dalam bentuk margin keuntungan yang merupakan selisih antara harga jual kepada nasabah dengan harga beli bank. pendapatan yang diperoleh dari aktivitas penyaluran dana kepada nasabah yang menggunakan akad kerjasama adalah bagi hasil.

3) Pelayanan jasa bank.

Pelayanan jasa bank diberikan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya. seperti, jasa pengiriman uang atau transfer, pemindahbukuan, penagihan

surat berharga, kliring, *letter of credit*, dan pelayanan jasa bank lainnya

b. Prinsip-Prinsip Bank Syariah

Visi perbankan syariah umumnya adalah menjadi wadah terpercaya bagi masyarakat yang ingin melakukan investasi dengan sistem bagi hasil secara adil sesuai prinsip syariah. Memenuhi rasa keadilan bagi semua pihak dan memberikan maslahat bagi masyarakat luas adalah misi utama perbankan syariah. Setiap lembaga keuangan syariah akan menerapkan ketentuan sebagai berikut:²⁴

- 1) Menghindari penggunaan sistem yang menetapkan dimuka suatu hasil usaha, seperti penetapan bunga simpanan atau bunga pinjaman.
- 2) Menghindari penggunaan sistem presentasi biaya terhadap utang atau imbalan terhadap simpanan yang mengandung melipatgandakan secara otomatis utang/simpanan tersebut hanya karena berjalannya waktu.
- 3) Menghindari adanya penggunaan sistem perdagangan/ penyewaan barang ribaw dengan imbalan barang ribawi lainnya.
- 4) Menghindari penggunaan sistem yang menetapkan dimua tambahan atas utang yang bukan atas prakarsa yang mempunyai utang secara sukarela.

²⁴Wirnyaningsih, *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*, Jakarta : Kencana, 2005, h. 14.

c. Prinsip-Prinsip Dasar Operasional Bank Syariah

Secara umum, setiap bank Islam dalam menjalankan usahanya minimal mempunyai 5 (lima) prinsip operasional, yaitu:²⁵

- 1) Prinsip Simpanan Giro ini merupakan fasilitas yang diberikan oleh bank untuk memberikan kesempatan kepada pihak yang kelebihan dana untuk menyimpan dananya dalam bentuk *al-wadi'ah*.
- 2) Prinsip bagi hasil, meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara pemilik dana dan pengelola dana
- 3) Prinsip jual-beli, merupakan pembiayaan bank yang diperhitungkan dalam bentuk nominal di atas nilai kredit yang diterima dari bank.
- 4) Prinsip sewa, terdiri dari 2(dua) macam : sewa murni dan sewa beli.
- 5) Prinsip jasa, meliputi seluruh kekayaan non-pembiayaan yang diberikan bank.

d. Akad di Bank Syariah

Berbagai jenis akad yang diterapkan oleh bank syariah dapat dibagi ke dalam enam kelompok pola, yaitu:²⁶

- 1) Pola titipan, seperti *wadi'ah yad amanah* dan *wadi'ah yad dhamanah*.

²⁵Nurul Ichsan Hasan, *Perbankan Syariah (Sebuah Pengantar)*, Ciputat: Referensi (GP Press Group, 2014, h. 122

²⁶Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta:PT. RajaGrafindo Persada, 2007, h. 221.

- 2) Pola pinjaman, seperti *qardh* dan *qardhul hasan*.
- 3) Pola bagi hasil, seperti *mudharabah* dan *musharakah*.
- 4) Pola sewa, seperti *ijarah* dan *ijarah wa iqtina*.
- 5) Pola lainnya, seperti wakalah, *kafalah*, *hiwalah*, *ujr*, *sharf* dan *rahn*.

Secara skematis berbagai jenis akad bank syariah dapat digambarkan seperti berikut :²⁷

Tabel 2.1

Jenis-Jenis Akad

| | | |
|---|---|---|
| Titipan -Wadi'ah yad amanah - Wadi'ah Yad dhamanah | Bagi Hasil -Mudharabah -Musharakah | Sewa -Ijarah -Ijarah wa Iqtina |
| Pinjaman -Qardh -Qardhul Hasan | Jual Beli -Murabahah -Salam -Istisnha | Lain-lain -Wakalah -Ujr -Kafalah -Sharf -Hiwalah -Rahn |

1. Teori Pembiayaan

a. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan merupakan pemberian dana oleh pihak yang kelebihan dana kepada pihak yang kekurangan dana.²⁸ Tujuan produk pembiayaan ini dijalankan untuk meningkatkan akses usaha mikro yang ada di masyarakat terhadap pelayanan

²⁷Ibid,

²⁸Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta: Pustaka Alvabet, 2006, h.201.

pembiayaan di perbankan syariah, sebagai pelaksana agen pembangunan di daerah dapat melaksanakan fungsinya sehingga dapat mendukung peningkatan dan perkembangan usaha untuk masyarakat berpenghasilan rendah.

Menurut Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998 penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.²⁹

b. Unsur-unsur Pembiayaan

Unsur-unsur dalam pemberi pembiayaan adalah, sebagai berikut:³⁰

1) Kepercayaan

Suatu Keyakinan pemberian dana bahwa dana yang diberikan akan benar-benar diterima kembali pada masa yang akan datang.

2) Kesepakatan

Kesepakatan ini dituangkan dalam suatu perjanjian dimana semua pihak menandatangani hak dan kewajiban masing-masing.

²⁹Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta:PT RajaGrafindo, 2002, h.68.

³⁰*Ibid.*, h.84.

3) Jangka Waktu

Jangka Waktu ini mencakup masa pengembalian pembiayaan yang telah disepakati, jangka waktu tersebut jangka pendek, menengah, panjang.

4) Risiko

Risiko usaha menjadi tanggungan bank, baik risiko yang disengaja maupun tidak disengaja.

5) Balas Jasa

Ditentukan dengan bagi hasil.

c. Fungsi Pembiayaan

Pembiayaan berfungsi membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dalam meningkatkan usahanya. Pembiayaan memiliki fungsi antara lain :³¹

- 1) Pembiayaan dapat meningkatkan arus tukar menukar barang dan jasa
- 2) Pembiayaan alat yang dipakai untuk memanfaatkan *Idle Fund*
- 3) Pembiayaan sebagai pengendali harga
- 4) Pembiayaan dapat mengaktifkan dan meningkatkan manfaat ekonomi yang ada.

³¹Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Yogyakarta: Ekonosia, 2005, h.197.

d. Manfaat Pembiayaan

Beberapa manfaat atas pembiayaan yang disalurkan oleh bank syariah kepada mitra usaha yang lain: manfaat bagi bank, debitur, pemerintah dan masyarakat luas.³²

1) Manfaat pembiayaan bagi Bank

- a) Bank akan mendapatkan balasan jasa berupa bagi hasil, *margin* keuntungan dan pendapatan sewa tergantung akad yang diperjanjikan dengan mitra usaha.
- b) Pembiayaan akan berpengaruh pada peningkatan profitabilitas bank.
- c) Pemberian pembiayaan kepada nasabah secara sinergi akan memasarkan produk bank syariah lainnya, seperti produk dana dan jasa.
- d) Kegiatan pembiayaan dapat mendorong peningkatan kemampuan pegawai untuk lebih memahami secara terperinci aktivitas para nasabah diberbagai sektor usaha.

2) Manfaat Pembiayaan Bagi Debitur

- a) Meningkatkan usaha nasabah.
- b) Biaya diperlukan dalam rangka mendapatkan pembiayaan dari bank syariah relatif murah.
- c) Nasabah dapat memilih berbagai jenis pembiayaan berdasarkan akad yang sesuai dengan tujuan penggunaannya.

³²Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2011, h.108-108.

- d) Bank dapat memberikan fasilitas lainnya yang dibutuhkan nasabah.
 - e) Jangka waktu pembiayaan disesuaikan dengan jenis pembiayaan dan kemampuan nasabah dalam membayar kembali pembiayaan sehingga nasabah dapat menyetor keuangannya dengan tepat.
- 3) Manfaat Pembiayaan Bagi Pemerintah³³
- a) Pembiayaan dapat digunakan sebagai alat untuk mendorong dari sektor *riil*, karena uang yang tersedia di bank menjadi tersalurkan kepada pihak yang melakukan usaha.
 - b) Pembiayaan bank dapat digunakan sebagai alat pengendali moneter.
 - c) Pembiayaan yang dilakukan bank syariah dapat menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan pendapatan masyarakat.
 - d) Secara tidak langsung pembiayaan bank syariah dapat meningkatkan pendapatan negara.
- 4) Manfaat Pembiayaan Bagi Masyarakat Luas
- a) Mengurangi tingkat pengangguran

³³Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Yogyakarta: Ekonosia, 2005, h.196.

- b) Melibatkan masyarakat yang memiliki profesi tertentu seperti akuntan, notaris dan lain-lain, yang diperlukan oleh pihak bank untuk kelancaran pembiayaan.
- c) Penyimpanan dana akan mendapatkan imbalan berupa bagi hasil lebih tinggi dari bank, apabila bank meningkatkan keuntungan atas pembiayaan yang disalurkan.
- d) Memberikan rasa aman bagi masyarakat yang menggunakan pelayanan jasa perbankan, misalnya *letter of credit*, bank garansi, transfer dan lain-lain.

e. Jenis-Jenis Pembiayaan

Menurut sifat penggunaanya, pembiayaan dapat dibagi menjadi dua hal, yaitu:³⁴

1) Pembiayaan Produktif

Pembiayaan Produktif adalah pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi Menurut keperluannya pembiayaan produktif dibagi menjadi 2 hal, yaitu:

a) Pembiayaan Modal Kerja

Modal kerja merupakan investasi dalam harta jangka pendek atau investasi dalam harta lancar (*current assest*).³⁵ Pembiayaan modal kerja yaitu pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan peningkatan produksi baik secara

³⁴Veithzal Rivai dan Andria Permata Veithzal, *Islamic Financial Management*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008, h.9.

³⁵A Ghazali Maswatu, Frendy Pelleng, Dolina Tampi, Analisis Sumber dan Penggunaan Modal Kerja Pada PT. Bank Tabungan Negara, (Persero) TBK. CAB. Manado, *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2016, 4 (2), diakses pada tanggal 7 Agustus 2019, pukul 14:15 WIB.

kuantitatif (jumlah hasil produksi) maupun secara kualitatif (kualitas atau mutu hasil produksi), dan untuk keperluan perdagangan atau peningkatan dari suatu barang. Dalam mengakses pembiayaan hal pertama yang dilakukan adalah melakukan perjanjian kerja sama terlebih dahulu antara lembaga dengan pihak yang membutuhkan modal atau pembiayaan.³⁶ Perbankan syariah dapat membantu memenuhi saluran kebutuhan modal kerja tersebut bukan dengan meminjam uang melainkan dengan menjalin hubungan dengan nasabah, dimana bank bertindak sebagai penyalur/ pemilik dana sedangkan nasabah sebagai pengelola dana dan biasa disebut dengan *mudharabah*.³⁷ Jangka waktu pembiayaan modal kerja maksimum 1(satu) tahun dan dapat diperpanjang sesuai kebutuhan.³⁸

b) Pembiayaan Investasi

Pembiayaan investasi yaitu untuk memenuhi kebutuhan barang-barang modal serta fasilitas-fasilitas yang erat kaitannya dengan investasi. Pada umumnya pembiayaan investasi diberikan dalam jumlah besar dan mengendapnya cukup lama karena terlebih dahulu perlu

³⁶Arif Amrullah, Peran Produk Pembiayaan Mikro Dalam Mnegembangkan UMKM Sektor Riil di Kabupaten Sidoardjo Tahun 2013-2015 (Studi Kasus BNI Syariah Cabang Mikro Sidoardjo, *Journal Of Economics*, 2017, 1 (2), diakses pada tanggal 7 Agustus Juli 2019, pukul 16:10 WIB

³⁷*Ibid.*, h.12.

³⁸Adiwarman A. Karim, Bank Islam : Analisa Fiqih dan Keuangan, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010, h. 234.

disusun proyeksi arus kas yang mencakupi semua komponen pembiayaan dan pendapatan sehingga akan dapat diketahui berapa dana yang tersedia setelah semua kewajiban terpenuhi.

2) Pembiayaan Konsumtif

Pembiayaan konsumtif yaitu pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan.³⁹

f. Prinsip Pembiayaan

Terdapat prinsip-prinsip penilaian pembiayaan yang sering dilakukan yaitu dengan analisis 5C, yaitu sebagai berikut :⁴⁰

1) *Character*

Character adalah watak/sifat seseorang, dalam hal ini adalah calon debitur. Tujuannya adalah untuk memberikan keyakinan kepada bank bahwa sifat atau watak dari orang-orang yang akan diberikan pembiayaan benar-benar dipercaya. Keyakinan ini tercermin dari latar belakang pekerjaan maupun yang bersifat pribadi seperti: cara hidup maupun gaya hidup yang dianutnya, keadaan keluarga, hobi dan sosial standingnya. *Character* merupakan ukuran untuk menilai

³⁹Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari teori Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2001, h.166.

⁴⁰Ismail, *Manajemen Perbankan Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi*, Jakarta: Kencana, 2011, h.112-113.

“kemauan” nasabah membayar pembiayaannya. Orang-orang yang mempunyai karakter.⁴¹

2) *Capacity*

Untuk melihat kemampuan calon nasabah dalam membayar pembiayaan yang dihubungkan dengan kemampuannya mengelola bisnis serta kemampuannya dalam mengembalikan pembiayaan yang disalurkan. Semakin banyak sumber pendapatan seseorang maka akan semakin besar kemampuannya untuk membayar pembiayaan.

3) *Capital*

Biasanya bank tidak bersedia untuk membiayai suatu usaha 100%, artinya setiap nasabah mengajukan permohonan pembiayaan harus pula menyediakan dana dari sumber lainnya atau modal sendiri dengan kata lain capital adalah untuk mengetahui sumber-sumber pembiayaan yang dimiliki nasabah terhadap usaha yang akan dibiayai oleh bank.

4) *Collateral*

Merupakan jaminan yang diberikan nasabah kepada bank baik yang bersifat fisik maupun non fisik. Jaminan hendaknya melebihi jumlah pembiayaan yang diberikan, jaminan juga harus diteliti keasliannya, sehingga jika terjadi suatu masalah maka jaminan yang dititipkan akan dipergunakan secara

⁴¹*Ibid.*, h.113.

mungkin. Fungsi jaminan adalah sebagai pelindung dari bank resiko kerugian.⁴²

Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam fatwanya No. 07/DSN-MUI/VI/2000 mengizinkan pemilik dana meminta jaminan dari peminjam dana terhadap pelanggaran terhadap batas atau tindakan menyalahi ketentuan. MUI telah menetapkan bahwa pada dasarnya dalam pembiayaan tidak ada ganti rugi, karena bersifat amanah (yad dhaamanahi), kecuali akibat kesalahan yang disengaja, kelalaian atau pelanggaran kesepakatan. Dari keterangan tersebut MUI menyetujui tentang jaminan hanya saja jaminan dapat ditarik apabila peminjam terbukti melakukan pelanggaran terhadap hal-hal yang telah disepakati bersama dalam akad.⁴³

Landasan Al-Qur'an Surah Al-Baqarah :283

﴿وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةً فَإِنْ أَنْ بَعْضُكُمْ بِعَضَا قَلْبِهِ أَوْ تُؤْمِنُ أَمْ نُنْتَهُ وَلَيَقِ اللَّهَ رَبُّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ عَنِ قَلْبِهِ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ (٢٨٣)﴾

Artinya: “Jika kamu dalam perjalanan (dan bermuamalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya.; dan janganlah

⁴²Ibid., h.114.

⁴³Putra Halomoan Hasibuan, Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jaminan Pembiayaan Muudharabah, *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2017, 1 (1), diakses pada tanggal 7 Agustus 2019, pukul 15:25 WIB.

kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian dan barang siapa yang menyembunyikannya maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”.

Selain itu menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Pasal 8 ayat 1 yang menyatakan bahwa kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah yang diberikan oleh bank mengandung risiko, sehingga dalam pelaksanaannya bank harus memperhatikan asas-asas perkreditan atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah yang sehat untuk mengurangi resiko tersebut, jaminan pemberian kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah dalam arti keyakinan atas kemampuan dan kesanggupan nasabah debitur untuk melunasi kewajibannya sesuai dengan yang diperjanjikan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh bank.⁴⁴

Sebagai suatu pembiayaan, maka jaminan pokoknya adalah kepercayaan dari pemberi pembiayaan kepada konsumen, bahwa pihak konsumen dapat dipercaya dan sanggup memenuhi kewajibannya.⁴⁵

⁴⁴Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 Tahun 1998 Pasal 8 (1).

⁴⁵Purwanto, *Beberapa Permasalahan Perjanjian Pembiayaan Konsumen Dengan Jaminan Fidusia*, *Jurnal Rechts Vinding*, 2012, 1 (2), diakses pada tanggal 7 Agustus 2019, pukul 12:45 WIB.

5) *Condition*

Dalam menilai pembiayaan hendaknya juga dinilai kondisi ekonomi sekarang dan untuk dimasa yang akan datang sesuai sektor masing-masing. Dalam kondisi perekonomian yang kurang stabil, sebaiknya pemberian pembiayaan untuk sektor tertentu jangan diberikan terlebih dahulu dan walaupun jadi diberikan sebaiknya juga dengan melihat prospek usaha tersebut dimasa yang akan datang. Hal di atas dilakukan untuk menghindari pembayaran pembiayaan yang bermasalah.

Terdapat penilaian dalam pembiayaan yang biasa disebut dengan 7P, meliputi:⁴⁶

1) *Personality*

Dalam hal ini mencari data secara lengkap mengenai kepribadian calon nasabah, antara lain mengenai riwayat hidupnya, pengalaman dalam berusaha, pergaulan dalam masyarakat dan lain-lain. Hal ini diperlukan untuk menentukan persetujuan pembiayaan yang diajukan calon nasabah.⁴⁷

2) *Party (Golongan)*

Bank mencoba melakukan penilaian terhadap beberapa golongan yang terdiri dari golongan yang sesuai dengan *character, capacity, capital*. Bank akan melihat

⁴⁶Saduldyn Pato, Analisis Pemberian Kredit Mikro Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Manado, *Jurnal EMBA*, 2013, 1(4), diakses pada tanggal 7 Agustus 2019 pukul 13:30 WIB.

⁴⁷Hermansyah, *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2007, h. 63.

ketiga prinsip tersebut dalam mengambil keputusan pembiayaan, karena ketiga prinsip tersebut merupakan prinsip minimal yang harus dianalisis oleh bank sebelum memutuskan pembiayaan yang diajukan oleh calon debitur.⁴⁸

3) *Purpose*

Selain mengenai kepribadian dari calon nasabah, bank juga harus mencari data tentang tujuan atau penggunaan pembiayaan tersebut sesuai dengan pembiayaan bank yang bersangkutan.⁴⁹

4) *Prospect*

Dalam hal ini bank harus melakukan analisis secara cermat dan mendalam tentang bentuk usaha yang akan dilakukan oleh pemohon pembiayaan. seperti apakah usaha yang dijalankan mempunyai prospek di kemudian hari dilihat dari aspek ekonomi dan kebutuhan masyarakat.⁵⁰

5) *Payment*

Dalam penyaluran pembiayaan, bank harus mengetahui secara jelas mengenai kemampuan dari pemohon pembiayaan untuk melunasi pinjaman dalam jumlah dan jangka waktu yang telah disepakati.

⁴⁸Ismail, *Manajemen Perbankan...*, h. 115.

⁴⁹Hermansyah, *Hukum Perbankan...*, h. 64

⁵⁰*Ibid.*, h. 64.

6) *Profitability*

Profitability merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan. *Profitability* tidak hanya terbatas pada keuntungan calon debitur, akan tetapi juga keuntungan yang akan dicapai oleh bank apabila pembiayaan dapat diberikan, bank akan menghitung jumlah keuntungan yang didapatkan oleh calon debitur.⁵¹

7) *Protection*

Proteksi merupakan upaya perlindungan yang dilakukan oleh bank dalam rangka berjaga-jaga apabila calon debitur tidak dapat memenuhi kewajibannya.

2. *Mobile Marketing Syariah*

a. *Pengertian Mobile Marketing Syariah*

Mobile adalah media untuk menjangkau *audiens* ke mana pun pergi.⁵² *Marketing* (pemasaran) adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan. *Mobile Marketing* merupakan cara yang efektif untuk mempromosikan iklan pada produk untuk konsumen sehingga meningkatkan keuntungan bisnis apapun.

⁵¹Ismail, *Manajemen Perbankan...*, h. 116.

⁵²Narti Ea Putria, *Pengaruh Pemanfaatan Mobile Marketing Smartphone Blackberry dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Tingkat Kepercayaan Pelanggan di Kota Batam*, CBIS Journal, Vol.3 No.1, 2015, h. 31.

Dikatakan efektif, karena cara ini memungkinkan organisasi atau individu dapat secara langsung berkomunikasi dengan cepat dan juga merupakan promosi interaktif yang sangat relevan dalam promosi saat ini.⁵³ Banyak manfaat yang didapatkan oleh organisasi dalam mengimplementasikan *Mobile Marketing* diantaranya:⁵⁴

- 1) Dapat mengirim informasi berguna tentang produk/jasa organisasi, dalam hal ini adalah produk pembiayaan.
- 2) Dapat menerima informasi yang dibutuhkan pelanggan.
- 3) Mengirim gambar, musik, video dari iklan organisasi.⁵⁵
- 4) Melakukan transaksi penjualan dalam hal ini produk pembiayaan.

Sedangkan pengertian syariah adalah menerangkan atau menjelaskan sesuatu. Syaikh Al-Qardhawi mengatakan, cakupan dari pengertian syariah menurut pandangan Islam sangatlah luas dan komprehensif. Didalamnya mengandung makna mengatur seluruh aspek kehidupan, mulai dari aspek ibadah (hubungan manusia dengan Tuhan-nya), aspek keluarga (seperti menikah, talak, nafkah, wasiat, warisan), aspek bisnis (perdagangan, industri, perbankan, asuransi utang-piutang, pemasaran, hibah), aspek ekonomi (permodalan, zakat, bait *al-mal*, *fa'i*, *ghanimah*), aspek hukum dan peradilan, aspek undang-undang hingga hubungan antar negara.⁵⁶ *Marketing* syariah

⁵³Ibid'

⁵⁴Ridwan Sanjaya & Josua Tarigan, *Creative Digital Marketing*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2009, h. 81.

⁵⁵
⁵⁶Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan, 2006, h. 22.

atau dalam bahasa indonesia disebut dengan pasar syariah adalah dimana pelanggannya selain memiliki motif rasional juga memiliki emosional, dimana semua tindakan yang dilakukan tidak berdasarkan pada duniawi saja namun keterikatan terhadap nilai-nilai syariah yang dianutnya⁵⁷

Menurut Muhammad Syakir Sula dan Hermawan Kertajaya

Syariah *Marketing* merupakan suatu proses bisnis yang keseluruhan prosesnya menerapkan nilai-nilai Islam. Suatu cara bagaimana memasarkan suatu proses bisnis yang mengedepankan nilai-nilai yang mengagungkan (1) keadilan dan (2) kejujuran. Syariah *Marketing* adalah sebuah disiplin bisnis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari suatu inisiator kepada *stakeholder*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan (1) akad dan (2) prinsip-prinsip muamalah (bisnis) Islam.⁵⁸

1) Karakteristik *Marketing* Syariah

karakteristik pemasaran syariah terdiri dari empat unsur yang menjadi panduan bagi para pemasar, yaitu ketuhanan atau theitis (Rabbaniyyah), etis (akhlaqiyyah), realistis (al-waqi'iyah), dan (insaniyyah)

1) Theitis (*Rabbaniyyah*)

Theitis atau ketuhanan (*Rabbaniyyah*) adalah satu keyakinan yang bulat, bahwa semua gerak-gerik manusia selalu berada di bawah pengawsan Allah SWT. Oleh sebab itu, semua insan harus berperilaku sebaik mungkin, tidak berperilaku licik, suka menipu, mencuri milik orang lain suka memakan harta orang lain dengan

⁵⁷Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah :Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabeta, 2014, h.342.

⁵⁸Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*,... h. 26-27.

jalan yang batil dan sebagainya. Kondisi tersebut sangat diyakini oleh umat Muslim, sehingga menjadi pegangan hidup, tidak tergoyahkan. Nilai Toko Rabbaniyyah tersebut melekat atau menjadi darah daging dalam pribadi setiap Muslim, sehingga dapat mencegah perbuatan-perbuatan tercela dalam dunia bisnis.⁴¹ Salah satu ciri khas marketing syariah yang tidak dimiliki dalam pemasaran konvensional yang dikenal selama ini adalah sifat religius (diniyyah). Kondisi ini tercipta tidak karena keterpaksaan, tetapi berasal dari kesadaran akan nilai-nilai religius, yang dipandang penting dan mewarnai aktivitas pemasaran agar tidak terperosok dalam perbuatan yang merugikan orang lain.

2) Etis (*Akhlaqiyyah*)

Etis atau *akhlaqiyyah* artinya semua perilaku berjalan di atas norma etika yang berlaku umum. Etika adalah kata hati, dan kata hati ini adalah kata yang sebenarnya, "the will of God", tidak bisa dibohongi. Seorang penipu yang mengoplos barang, menimbun barang, mengambil harta orang lain dengan jalan yang batil pasti hati kecilnya berkata lain, tetapi karena rayuan setan maka ia tergoda berbuat curang, ini berarti ia melanggar etika, ia tidak menuruti apa kata hati yang sebenarnya. Oleh karena itu, hal ini menjadi panduan para marketer syariah selalu memelihara setiap tutur kata, perilaku dalam berhubungan bisnis dengan siapa saja, konsumen, penyalur, Toko, pemasok ataupun saingannya

3) Realistis (*Al-Waqi'iyah*)

Realistis atau *al-waqi'iyah* yang artinya sesuai dengan kenyataan, tidak mengada-ada apalagi yang menjurus kepada kebohongan. Semua transaksi yang dilakukan harus berlandaskan pada realita, tidak membedakan orang, suku, warna kulit, semua tindakan penuh dengan kejujuran.⁴⁵ Syariah marketing bukanlah konsep eksklusif, fanatis, anti-modernitas, dan kaku. Syariah marketing adalah konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana keluasaan dan keluwesan syariah islamiyah yang melandasinya.

4) Humanistis (*Al-Insaniyyah*)

Humanistis atau *al-insaniyyah* yang artinya berperikemanusiaan, hormat menghormati sesama. Pemasaran berusaha membuat kehidupan menjadi lebih baik bukan merusak tatanan hidup di masyarakat. Keistimewaan syariah marketing yang lain yaitu humanistis universal, dengan memiliki nilai humanistis seorang pemasar akan terkontrol dan seimbang (*tawazun*), bukan menjadi manusia yang serakah, yang menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan yang sebesar-besarnya. Sifat *humanistis* dan *universal* syariat Islam adalah prinsip ukhuwwah insaniyyah (persaudaraan antar manusia). Islam tidak memperdulikan semua faktor yang membedakan manusia, baik asal daerah, warna kulit, maupun status sosial. Islam

mengarahkan seruananya kepada seluruh manusia, bukan kepada sekelompok orang tertentu, atas dasar ikatan persaudaraan antar sesama manusia.

2) Prinsip-Prinsip *Marketing* Syariah

a) *Sustainable Marketing Enterprise* (SME)

Suatu model pemasaran dimana perusahaan mampu bertahan dan sukses tidak hanya pada saat ini tetapi juga dimasa mendatang. Bahwa perusahaan mengalami fase sebagaimana fase kehidupan manusia, yang harus mempertahankan diri pada saat terjadi krisis dan perubahan situasi dan kondisi. Jika perusahaan ingin tetap hidup, pemimpin perusahaan harus melakukan tindakan *creative destruction* sebelum krisis menghadang, sehingga perusahaan mulai kembali siklus hidupnya.⁵⁹

Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang dapat mempertahankan keadaannya secara *continue* agar dapat bertahan hidup dalam pasar yang terus berubah.

b) Lanskap Bisnis Syariah *Marketing*

(1) Information Technology Allows Us to be Trasparent (Change)

Perubahan adalah sesuatu hal yang pasti akan terjadi.

Kekuatan perubahan terdiri dari lima unsur yaitu perubahan tekhnologi, perubahan ekonomi, perubahan poltik, perubahan soial- cultural dan perubahan pasar. Perubahan yang paling

⁵⁹Ibid' h. 136.

utama adalah perubahan teknologi, karena teknologi akan memberi efek yang lebih luas terhadap segala aspek yang nantinya akan juga mengalami perubahan. Perkembangan teknologi memberi pengaruh yang besar terhadap perusahaan syariah. Selain sebagai penunjang operasional dan standar layanan, teknologi juga menunjukkan kesungguhan dalam melaksanakan prinsip syariah marketing. Kemudahan bagi konsumen untuk mendapatkan informasi dan melakukan komunikasi.⁶⁰

(2) *Be Respectful to Your Competitors (Competitor)*

Globalisasi dan perubahan teknologi menciptakan persaingan usaha yang ketat. Pasar semakin kompleks, terbuka dan modern. Dalam menghadapi persaingan dibutuhkan motivasi dan keterbukaan diri dengan berupaya menciptakan win-win solution antara perusahaan dan pesaingnya. Sebagai perusahaan syariah komitmen kejujuran, sikap adil, masalah senantiasa menjadi standar dalam bersaing secara sehat meskipun pelaku pasar sering terjadi perilaku yang kurang bermoral.⁶¹

(3) *The Emergence of Customers Global Paradox (Customer)*

Pengaruh inovasi teknologi mendasari terjadinya perubahan sosial budaya. Lahirnya revolusi dalam bidang

⁶⁰Ibid, h. 152.

⁶¹Ibid, h. 155.

teknologi informasi dan telekomunikasi mengubah cara pandang dan perilaku masyarakat, contoh bahwa kehadiran internet telah membawa perubahan pada segala sektor kehidupan manusia. Setiap produk dan servis sebenarnya ditujukan untuk kepentingan masyarakat yang membeli produk atau jasa seharusnya harus diberikan perhatian secara maksimal. Bagi perusahaan syariah globalisasi membawa banyak manfaat dan peluang menjadi sarana untuk lebih baik. Pengaruh informasi dan teknologi ibarat pisau bermata dua tergantung cara dan sikap kita dalam mengambil manfaat didalamnya.

c) *Syariah Marketing Strategy*

(1) *View Market Univeraslly (Segmentation)*

Segmentasi adalah seni mengidentifikasi serta memanfaatkan peluang-peluang yang muncul dipasar. Dalam melihat pasar, perusahaan harus kreatif dan inovatif menyikapi perkembangan yang terjadi, karena segmentasi langkah awal yang menentukan keseluruhan aktivitas perusahaan.⁶²

(2) *Target Customer's Heart and Soul (Targeting)*

Targeting adalah strategi mengalokasikan sumber daya perusahaan secara efektif, karena sumber daya yang dimiliki terbatas. Dengan menentukan target yang akan dibidik usaha

⁶²Ibid' h.157.

kita akan lebih terarah. Olehnya itu perusahaan harus membidik pasar yang akan dimasuki sesuai daya saing yang dimiliki (*competitive advantage*).

(3) *Build A Belief System (Positioning)*

Strategi untuk merebut posisi dibenak konsumen, sehingga strategi ini terkait bagaimana membangun kepercayaan, keyakinan, dan kompetensi bagi pelanggan. Positioning adalah bagaimana sebuah produk dimata konsumen yang membedakannya dengan produk pesaing. Dalam hal ini termasuk brand image, manfaat yang dijanjikan serta competitive advantage.⁶³

d) *Syariah Marketing Tactic*

(1) *Differ Youself With A Good Pacpage of Content and Context (Differentiation)*

Diferensiasi produk menurut Griffin adalah penciptaan suatu produk atau citra produk yang cukup berbeda dengan produk-produk yang telah beredar dengan maksud untuk menarik konsumen. Diferensiasi adalah tindakan merancang seperangkat perbedaan yang bermakna dalam tawaran perusahaan.⁶⁴

(2) *Be Honest With Your 7 Ps (Marketing Mix)*

⁶³Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*,... h. 173.

⁶⁴Ricky W. Griffin, *Manajemen*, Jakarta: Erlangga 2004, hlm. 357.

Marketing mix adalah deskripsi dari suatu kumpulan alat - alat yang dapat digunakan oleh manajemen untuk mempengaruhi penjualan. Sedangkan Kotler dan Armstrong mendefinisikan bauran pemasaran sebagai perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan, yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan dalam pasar sasaran.⁶⁵ *Marketing mix* dikenal dengan 4P dengan elemen-elemennya adalah product (produk), price (harga), place (tempat./distribusi), dan promotion (promosi). Sedangkan untuk perusahaan jasa menjadi 7P dengan tambahan process (proses), people (orang), dan physical evidence (bukti fisik).

(3) *Practice A Relationship- based Selling (Selling)*

Selling adalah penyerahan barang atau jasa dari penjual kepada pembeli dengan harga yang disepakati atas dasar sukarela. Pengertian secara luas bahwa selling adalah memaksimalkan kegiatan penjualan sehingga dapat menciptakan situasi yang winwin solution bagi si penjual dan si pembeli.⁶⁶

⁶⁵Kotler & Armstrong, Dasar-Dasar Pemasaran, alih bahasa Alexander Sindor, Jakarta: PT. Indeks, 2004, hlm. 48.

⁶⁶Hermawan Kartajaya Dan Muhammad Syakir Sula, Syariah Marketing,... h. 179.

e) *Syariah Marketing Value*

(1) *Use a Spritual Brand (Brand)*

Brand atau merek adalah suatu identitas terhadap produk atau jasa perusahaan. Brand mencerminkan nilai (*value*) yang diberikan kepada konsumen. Jika perusahaan mempunyai Total Get yang lebih tinggi dibandingkan Total Give, *brand* yang dimiliki mempunyai nilai ekuitas yang kuat. Selain itu positioning dan differentiation yang telah terbentuk, brand akan menambah *value* bagi produk dan jasa yang ditawarkan. *Brand* yang baik adalah brand yang mempunyai karakter yang kuat dan bagi perusahaan atau produk yang menerapkan syariah marketing atau prinsip-prinsip syariah.⁶⁷

(2) *Service Should Have The Ability to Transform (service)*

Untuk menjadi perusahaan yang besar dan suistainable, perusahaan berbasis syariah marketing harus memperhatikan service yang ditawarkan untuk menjaga kepuasan pelanggannya. Dalam melakukan pelayanan seseorang memperhatikan sikap, pembicaraan yang baik, bahasa tubuh, bersifat simpatik, lembut, sopan, hormat dan penuh kasih sayang.⁶⁸

⁶⁷Ibid, h. 181

⁶⁸Ibid, h. 183

(3) *Practice a Realible Business Process (Proses)*

Proses mencerminkan quality, cost dan delivery (QCD). Kualitas suatu produk ataupun service tergambar dari proses yang baik, dari proses produksi sampai delivery kepada konsumen secara tepat dan dengan biaya yang efektif dan efisien.⁶⁹

f) *Syariah Marketing Scorecard*

(1) *Create A Balanced Value to Your Stakeholders (scorecard)*

Prinsip dalam syariah marketing adalah menciptakan value bagi stakeholders-nya. Tiga stakeholders dari suatu perusahaan adalah *people*, *customers* dan *shareholders*, karena ketiganya sangat berperan dalam menjalankan usaha.

g) *Syariah Marketing Enterprise*

(1) *Create A Noble Cause (inspiration)*

Perusahaan hendaknya memiliki impian (dream) untuk mencapai kesuksesan, karena impian ini akan mengantar seseorang dalam mewujudkan tujuan perusahaannya. Olehnya itu perusahaan berbasis syariah marketing, penentuan visi dan misi tidak bisa terlepas dari makna syariah itu sendiri serta tujuan akhir yang ingin dicapai.

⁶⁹Ibid, h. 183

(2) *Develop An Ethical Corporate Culture (Culture)*

Perusahaan yang berbasis syariah hendaknya mengembangkan budaya perusahaan sesuai syariah. Seluruh pola, perilaku, sikap dan aturan-aturan senantiasa tidak boleh terlepas dari basis syariah.

(3) *Measurement Must Be Clear And Tranparent (Institution)*

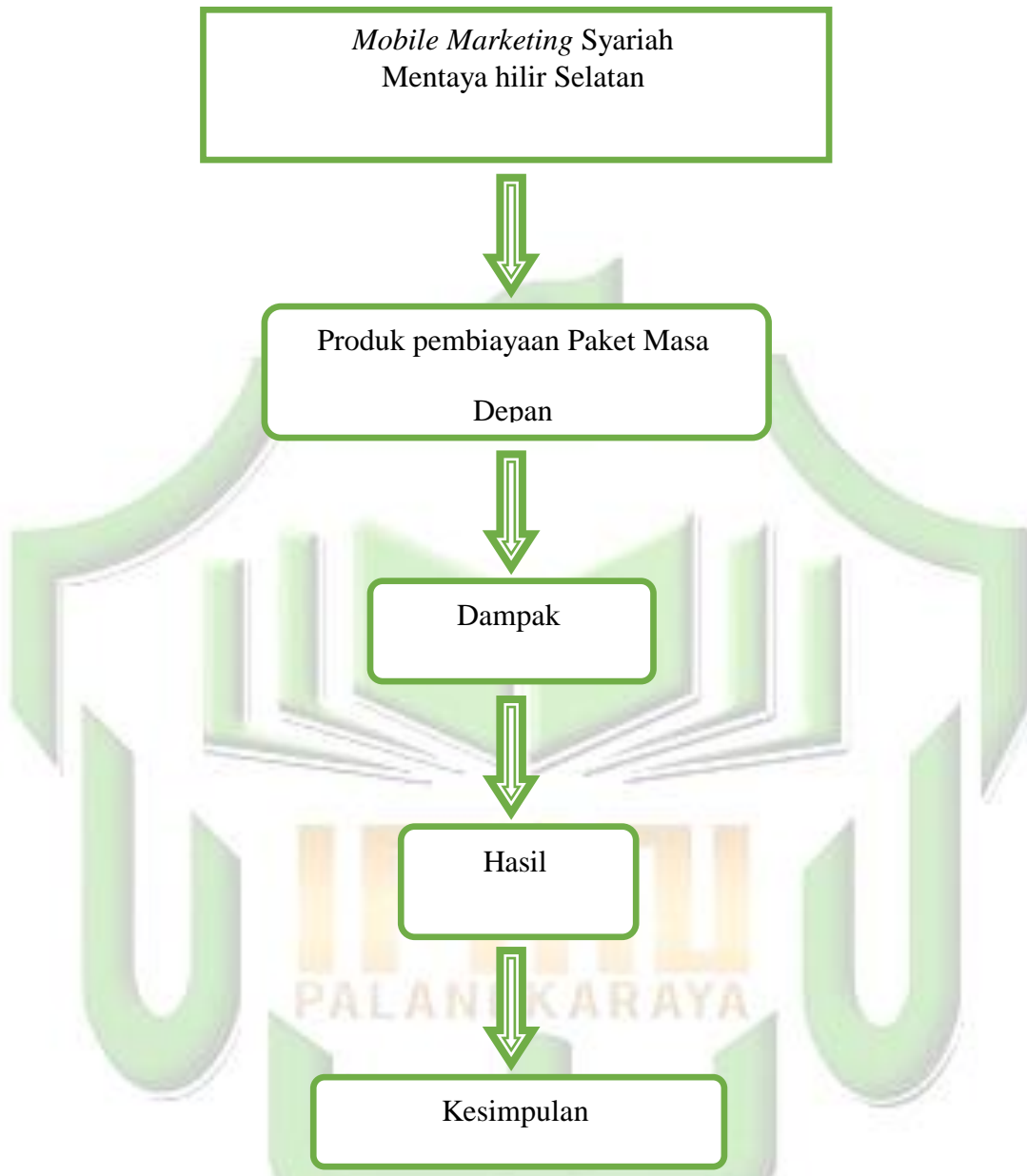
Yaitu bagaimana membangun organisasi perusahaan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Segala kebutuhan stakeholders secara mendasar dipenuhi dengan baik pada sistem yang benar, ketelitian, transparansi, ketepatan dan kecepatan dan pelayanan yang professional semuanya merupakan hal yang menjadi standar organisasi.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa *mobile marketing* syariah adalah sebuah disiplin bisnis streategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari suatu individu ataupun organisasi (Bank) yang bertujuan untuk menjangkau serta melaksanakan visi dan misinya kepada konsumen (nasabah) dimanapun berada yang dalam keseluruhan prosesnya berjalan sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam.

C.Kerangka Berpikir

Mobile Marketing Syariah adalah bagian dari Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah yang bergerak mengembangkan produk BTPN Syariah di setiap kecamatan guna untuk memberikan solusi kepada masyarakat khususnya wanita pedesaan yang sudah memiliki suami. Produk yang ditawarkan adalah Produk Pembiayaan Paket Masa Depan, Paket Masa Depan *Mobile Marketing* Syariah adalah program terpadu BTPN Syariah yang diberikan kepada sekelompok wanita di pedesaan yang ingin berusaha dan memiliki impian untuk merubah hidup, tetapi tidak memiliki akses ke layanan perbankan dan juga Pembiayaan Paket Masa Depan memberikan bimbingan dan pelatihan usaha. Salah satu persyaratan Pembiayaan Paket Masa Depan adalah membuat kelompok (grup) wanita minimal 5 orang yang sudah diberikan nama, pembentukan kelompok (grup) ini pada awal pembentukan grup yang bertujuan untuk memberikan bimbingan serta pelatihan. Pembiayaan Paket Masa Depan memiliki dampak yang signifikan bagi masyarakat pedesaan untuk membangun ekonomi yang produktif khususnya untuk wanita dalam membantu meringankan beban suami dalam memenuhi kebutuhan keluarga dan menesejahterakan keluarga.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Sumber: Dibuat oleh Peneliti.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu yang digunakan peneliti dalam pelaksanaan penelitian adalah selama 2 bulan sejak bulan Mei – Juli 2019 setelah peneliti mendapat rekomendasi izin penelitian dari Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.

Lokasi penelitian ini berada di *Mobile Marketing Syariah Bank* Tabungan Pensiunan Nasional Syariah *Mobile Marketing Syariah*, jalan Partoe Muksin, depan kantor KUA Samuda, Kecamatan Mentaya Hilir Selatan, Kabupaten Kotawaringin Timur, Kalimantan Tengah dan rumah beberapa anggota kelompok Pembiayaan Paket Masa Depan di desa Bagendang Tengah, Sebampan, desa Sei Ijum, Kabupaten Kotawaringin Timur Kalimantan Tengah, karena ke 3 desa tersebut banyak masyarakat yang melakukan pembiayaan Paket Masa Depan serta 3 desa tersebut memiliki angka kepadatan yang tinggi.

B. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. penelitian kualitatif deskriptif sebagaimana pendapat Lexy J. Moleong adalah suatu penelitian yang akan mengumpulkan kata-kata, gambar, dan bukan angka, dengan

demikian laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut.⁷⁰

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan agar peneliti dapat mengetahui dan menggambarkan dengan jelas dan rinci serta berusaha untuk mengungkapkan data atau menggali data sebanyak mungkin terhadap apa yang terjadi di lokasi penelitian.

C. Objek dan Subjek Penelitian

1. Objek Penelitian

Objek penelitian yang sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini yaitu “dampak produk pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah di Kabupaten Kotawaringin Timur.”

2. Subjek Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.

Berdasarkan kriteria yang diambil oleh peneliti. Maka dalam hal ini, yang menjadi subyek penelitian diantaranya sebagai berikut:

a. Pihak Pengelola meliputi sebagai berikut:

1) *Senior Community Officer* meliputi 1 orang.

⁷⁰Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, Jakarta:Rineka Cipta, 2003, h.309.

2) Karyawan MMS BTPN Syariah Mentaya Hilir Selatan meliputi 2

orang karyawan dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Merupakan karyawan BTPN Syariah Mentaya Hilir Selatan
- b) Bagian yang terlibat dalam bidang *Marketing*.
- c) Mengetahui perkembangan pembiayaan Paket Masa Depan.
- d) Bersedia diwawancarai.

b. Nasabah produk pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah di desa Bagendang Tengah, desa Sebampan, Desa Sei Ijum di Kabupaten Kotawaringin Timur berjumlah 38 orang. Pada tahun 2017 terdapat 13 nasabah, tahun 2018 terdapat 24 nasabah, dan pada tahun 2019 terdapat 38 nasabah.

Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini yaitu 7 orang dengan kriteria:

- 1) Nasabah produk pembiayaan Paket Masa Depan yang sudah berjalan selama lebih dari 2 tahun.
- 2) Nasabah yang melakukan pembiayaan dari Rp. 10.000.000.
- 3) Nasabah bersedia di wawancarai.

c. Informan meliputi kerabat nasabah Pembiayaan Paket Masa Depan berjumlah 3 orang dengan kriteria:

- 1) Merupakan kerabat nasabah yang melakukan pembiayaan Paket Masa Depan.

- 2) Informan bukan termasuk nasabah yang melakukan pembiayaan Paket Masa Depan.
- 3) Bersedia diwawancarai.

D. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik atau metode pengumpulan data untuk mendukung pencarian data yang valid dan sesuai dengan realita yang ada. Adapun teknik yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari proses pengamatan dan ingatan.⁷¹ Dalam penelitian ini observasi data diperoleh dengan cara mengamati kantor *Mobile Marketing* Syariah Mentaya Hilir Selatan serta beberapa nasabah tentang bagaimana dampak produk pembiayaan paket masa depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah di Kabupaten Kotawaringin Timur.

2. Wawancara

Wawancara yaitu proses mencari data, fakta, dan informasi bahkan keterangan dengan cara tanya jawab (interview). Wawancara ini dilakukan secara tatap muka dengan berbagai kalangan yang dapat memberikan data, fakta, dan informasi sesuai dengan kebutuhan.⁷²

⁷¹Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan)*, Bandung: Rafika Aditama, 2012, h. 211.

⁷²Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007, h. 115.

Pengumpulan data dengan melakukan wawancara kepada nasabah pembiayaan terkait penelitian “dampak produk pembiayaan paket masa depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah di Kabupaten Kotawaringin Timur”. Teknik pengumpulan data ini digunakan untuk memperoleh informasi-informasi terkait dampak produk pembiayaan paket masa depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah Melalui *Mobile Marketing* Syariah di Kabupaten Kotawaringin Timur.

3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu data, fakta dan informasi dikumpulkan berupa surat keputusan, catatan, transkrip, buku-buku, surat kabar, majalah, foto dan sebagainya yang berkenaan dengan penelitian.⁷³ Metode ini digunakan untuk melengkapi data-data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara, sehingga didapatkan hasil yang kredibel dalam penelitian ini nantinya. Dokumentasi dalam penelitian ini adalah berkas yang berhubungan dengan produk pembiayaan paket masa depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah khususnya *Mobile Marketing* Syariah Mentaya Hilir Selatan di Kabupaten Kotawaringin Timur. foto-foto, rekaman dan lain-lain.

⁷³*Ibid*, h. 123.

E. Pengabsahan Data

Keabsahan data yang peneliti gunakan adalah teknik triangulasi. Teknik triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Menurut Denzin yang dikutip Moleong ada empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori.⁷⁴

Triangulasi yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi teori dan sumber. Triangulasi teori yaitu membandingkan beberapa teori yang terkait secara langsung dengan data penelitian. Triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif.⁷⁵ Hal itu dapat dicapai dengan jalan membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi, membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu, membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan, membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

⁷⁴Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT RosdaKarya, 2002, h.178.

⁷⁵Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian beserta Contoh Proposal Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015, h.72.

Keabsahan pada penelitian ini melalui pendekatan kepada bagian *Senior Community Officer* dan *Community Officer* untuk menganalisa mekanisme produk pembiayaan yang diajukan oleh nasabah secara teliti dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, untuk menganalisa implementasi produk pembiayaan yang dilakukan oleh tim *Mobile Marketing Syariah* secara teliti dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, serta pendekatan kepada nasabah untuk menganalisa dampak produk pembiayaan paket masa depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing Syariah* di Kabupaten Kotawaringin Timur. secara teliti dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, sehingga didapatkan hasil atau informasi yang akurat mengenai mekanisme pembiayaan, implemantasi produk pembiayaan melalui *Mobile Marketing Syariah* dan dampak produk pembiayaan melalui *Mobile Marketing Syariah*. Pendekatan dalam keabsahan penelitian ini diperoleh dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi langsung terhadap nasabah produk pembiayaan paket masa depan.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data diperlukan beberapa tahapan, seperti yang diungkapkan Bungin dalam bukunya *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, yaitu:

1. *Data collection* atau koleksi data adalah pengumpulan data dengan analisis data, yang mana data tersebut diperoleh selama melakukan pengumpulan data tanpa proses pemilahan.

2. Data *reduction* yaitu pengolahan data yang mencakup kegiatan mengikhtiarkan hasil pengumpulan data selengkap mungkin, dan memilah-milahnya ke dalam satuan konsep tertentu, kategori tertentu atau tema tertentu.
3. Data *display* atau penyajian data adalah data yang dari kancan penelitian dipaparkan secara ilmiah oleh peneliti dengan tidak menutupi kekurangan.
4. *Conculusion drawing* atau penarikan kesimpulan dengan melihat kembali pada reduksi data *display* sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyinggung.⁷⁶

⁷⁶Burhan Bungin, *Analisis data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003, h.69-70.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Geografi Singkat Kabupaten Kotawaringin Timur

Kabupaten Kotawaringin Timur merupakan salah satu Kabupaten tertua di Provinsi Kalimantan Tengah. Total luas wilayah Kabupaten Kotawaringin Timur adalah 16.796 km² atau 10,94persen dari total luas provinsi Kalimantan Tengah

Secara astronomis, wilayah Kabupaten Kotawaringin Timur terletak antara 112°7'29" Bujur Timur sampai dengan 113°14'22" Bujur Timur, dan antara 1°11'50" Lintang Selatan sampai dengan 3°18'51" Lintang Selatan. Adapun secara geografis, wilayah Kabupaten Kotawaringin Timur :⁷⁷

Sebelah Utara dan Sebelah Timur : Kabupaten Katingan

Sebelah Barat : Kabupaten Seruyan

Sebelah Selatan : Laut Jawa

Kabupaten Kotawaringin Timur merupakan Kabupaten terluas ketiga di Provinsi Kalimantan Tengah. Kabupaten Kotawaringin Timur memiliki 17 Kecamatan yang terdiri dari Kecamatan Mentaya Hilir Selatan (318 km²), Kecamatan Teluk Sampit (610 km²), Kecamatan Pulau Hanaut (620 km²), Kecamatan Mentawa Baru Ketapang (726 km²), Kecamatan Seranau (548 km²), Kecamatan Mentaya Hilir Utara.

⁷⁷Badan Pusat Statistik Kabupaten Kotawaringin Timur, *Kabupaten Kotawaringin Timur Dalam Angka 2018*, BPS Kabupaten Kotawaringin Timur, 2018, h. 9

(725km²), Kecamatan Kota Besi (1.889 km²), Kecamatan Telawang (317 km²), Kecamatan Baamang (639 km²), Kecamatan Cempaga (1.253 km²), Kecamatan Cempaga Hulu (1.253 km²), Kecamatan Parenggean (439,12 km²), Kecamatan Tualan Hulu (1.090,85 km²), Kecamatan Mentaya Hulu (1.712,79 km²), Kecamatan Bukit Santuai (1.636 km²).

2. Visi dan Misi Kabupaten Kotawaringin Timur

Visi dan misi Kabupaten Kotawaringin Timur adalah sebagai berikut:⁷⁸

Visi terwujudnya masyarakat yang madani, dinamis, mandiri, dan berdaya saing dalam suana religius, kebersamaan, aman dan sejahtera.”

Misi Kabupaten Kotawaringin Timur adalah :

- a. meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang cerdas, terampil, sehat dan berakhlak.
- b. mengembangkan penguatan ekonomi masyarakat melalui pembangunan infrastruktur, pemantapan ketahanan pangan, pengembangan produk unggulan daerah dan pemanfaatan sumber daya alam yang berwawasan lingkungan.
- c. Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang efektif dan efisien.
- d. Mengembangkan daya saing daerah melalui usaha perdagangan dan jasa, industri, pengolahan, serta pariwisata dan budaya.

⁷⁸Ibid' h. 1

B. Gambaran Umum Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Syariah

1. Profil Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Syariah

a. Sejarah Berdirinya Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah

BTPN Syariah lahir dari perpaduan dua kekuatan yaitu, PT Bank Sahabat Purbadanarta dan Unit Usaha Syariah (UUS) BTPN. Bank Sahabat Purbadanarta yang berdiri sejak Maret 1991 di Semarang, merupakan bank umum non devisa yang 70% sahamnya diakusisi oleh PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk (BTPN), pada 20 Januari 2014, dan kemudian dikonversi menjadi BTPN Syariah berdasarkan Surat Keputusan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tanggal 22 Mei 2014. Unit Usaha Syariah, BTPN yang difokuskan melayani dan memberdayakan keluarga pra sejahtera di seluruh Indonesia adalah salah satu segmen bisnis di PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk sejak Maret 2008, kemudian di *spin off* dan bergabung ke BTPN Syariah pada Juli 2014.⁷⁹

BTPN Syariah adalah anak perusahaan BTPN, dengan kepemilikan saham 70% dan merupakan bank syariah ke 12 di Indonesia. Bank beroperasi berdasarkan prinsip inklusi keuangan dengan menyediakan produk dan jasa keuangan kepada masyarakat terpencil yang belum terjangkau serta segmen masyarakat pra sejahtera. Selain menyediakan akses layanan keuangan kepada

⁷⁹Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah, *Tentang Kami*, <https://www.btpnsyariah.com/tentang-kami/profil.html>, (Online pada Tanggal 06 Februari 2019).

masyarakat tersebut, BTPN Syariah juga menyediakan pelatihan keuangan sederhana untuk membantu mata pencaharian nasabahnya agar dapat terus berlanjut serta membina masyarakat yang lebih sehat melalui program Daya-nya.

BTPN Syariah juga memiliki keunggulan tersendiri jika dibandingkan dengan lembaga lain, ada 5 (lima) keunggulan BTPN Syariah, yaitu :⁸⁰

- 1) BTPN Syariah merupakan satu-satunya bank syariah yang memiliki fokus melayani segmen masyarakat pra-sejahtera produktif (*financial inclusion*) di seluruh Indonesia, hal ini menjadi menarik karena sebagian besar bank syariah yang ada di Indonesia menghindari pelayanan pada segmen tersebut.
- 2) BTPN Syariah merupakan satu-satunya bank syariah yang memprioritaskan pemberdayaan bagi kaum perempuan berdasarkan prinsip syariah.
- 3) 90% karyawan yang dimiliki oleh BTPN Syariah adalah perempuan.
- 4) BTPN Syariah menjadi satu-satunya bank syariah yang memberikan kesempatan kepada seluruh SMA untuk memiliki karir di dunia perbankan.

⁸⁰Ibid,

5) BTPN Syariah membuktikan sebagai bank yang mampu melahirkan generasi bankir-bankir baru dalam melayani masyarakat sejahtera produktif (*productive poor bankir*).

b. Visi dan Misi Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Syariah

Visi BTPN Syariah adalah Menjadi bank mass *market terbaik*, mengubah hidup berjuta rakyat Indonesia”. Sedangkan misinya adalah Bersama, kita ciptakan kesempatan untuk tumbuh dan hidup yang lebih berarti dan memberdayakan jutaan keluarga pra/cukup sejahtera meraih kehidupan yang lebih baik, dengan membangun 4 (empat) perilaku nasabah yaitu : (i) Berani Berusaha, (ii) Disiplin, (iii) Kerja keras, (iv) Saling Bantu.

c. Produk Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Syariah

Fokus pada pemberdayaan nasabah pra sejahtera produktif, BTPN Syariah memiliki 2 (dua) produk utama yaitu produk pendanaan dan produk pembiayaan . kedua produk ini semata-mata ditunjukkan untuk memberdayakan keluarga pra-sejahtera produktif: sebagai berikut:⁸¹

1) Produk Pendanaan

Produk pendanaan memberikan kesempatan kepada nasabah untuk menumbuhkan jutaan rakyat Indonesia. Nasabah tidak hanya mendapatkan kenyamanan bertransaksi perbankan dan imbal hasil yang optimal, namun memiliki kesempatan membantu keluarga

⁸¹Ibid’

pra/cukup sejahtera di seluruh Indonesia untuk memperoleh hidup yang lebih baik.

Produk pendanaan ini juga terdiri dari beberapa produk unggulan lainnya , yaitu:

a) Tabungan Citra iB

Tabungan Citra iB adalah tabungan dengan setoran awal yang ringan, melalui perjanjian bagi hasil (akad *mudharabah mutlaqah*) nasabah mendapat kemudahan untuk bertransaksi diseluruh cabang BTPN Syariah dan bebas biaya administrasi bulanan.

Manfaat dari tabungan Citra iB adalah (i) fleksibel, karena terbentuk tabungan, jadi nasabah bisa melakukan penarikan kapan saja (ii) setoran awal yang ringan (iii) leluasa, lakukan tarik tunai tanpa batas penarikan dicabang bank serta transaksi *online* antar bank (iv) aman, reputasi dan kinerja unggul berkelanjutan bank adalah jaminan ketenangan bagi nasabah. Tabungan Citra iB juga mempunyai risiko dalam konsep bagi hasil, yaitu nasabah berpotensi mendapatkan tingkat imbal hasil yang lebih rendah atau lebih tinggi dari ekspektasi tergantung pada kinerja bank.

b) Tabungan Taseto Premium iB

Tabungan Taseto Premium iB adalah tabungan yang sistemnya dikelola semi deposito, nasabah yang membuka

tabungan taseto akan difasilitasi kartu ATM untuk kemudahan layanan transaksi. Manfaat Tabungan Taseto Premium iB adalah (i) fleksibel, karena berbentuk tabungan. Jadi, nasabah bisa melakukan penarikan kapan saja (ii) bebas biaya administrasi bulanan (iii) bebas tarik tunai tanpa batas dan transaksi online antar cabang BTPN Syariah dan kantor syariah (iv) aman, reputasi dan kinerja unggul berkelanjutan BTPN Syariah adalah jaminan ketenangan hati nasabah. Tabungan Taseto Premium iB juga mempunyai resiko dalam konsep bagi hasil, yaitu nasabah berpotensi imbal bagi hasil yang lebih rendah atau lebih tinggi dari ekspektasi tergantung kinerja dari bank.

c) Deposito iB

Deposito iB adalah tabungan dengan pilihan jangka waktu sesuai kebutuhan nasabah, penempatan deposito dilakukan berdasarkan perjanjian bagi hasil antara bank (*mudharib*) dengan nasabah pemilik dana (*shahibul mall*) dengan jangka waktu yang bervariasi.

Deposito iB mempunyai manfaat diantaranya (i) imbal bagi hasil optimal (ii) mendapatkan layanan personal eksklusif dari banker di cabang tertentu (iii) aman, reputasi dan kinerja unggul berkelanjutan BTPN Syariah adalah jaminan ketenangan. Deposito iB juga mempunyai resiko yaitu konsep bagi hasilnya

kompetitif, bisa lebih rendah dari ekspektasi dan bisa jadi lebih tinggi tergantung kinerja bank.

d) Giro iB

Giro iB di BTPN Syariah menggunakan akad *wadi'ah Yad Al Dhamanah*, tidak ada timbal hasil tetapi dapat diberikan bonus, bonus dimaksud tidak diperjanjikan dan berdasarkan kebijaksanaan bank. Giro iB mempunyai manfaat diantaranya (i) fleksibel yaitu kemudahan dalam melakukan transaksi (ii) eksklusif yaitu mendapatkan pelayanan personal *banker* di cabang tertentu (iii) aman, maksudnya reputasi dan kinerja unggul berkelanjutan BTPN Syariah adalah jaminan ketenangan hati.

e) Taseto Mapan iB

Taseto Mapan iB merupakan produk simpanan berjangka yang menggunakan akad *mudharabah muthlaqah*, dengan berbagai keuntungan antara lain setoran awal yang ringan dan bagi hasil yang kompetitif. Selain itu Taseto Mapan iB bebas biaya administrasi dan setoran bulanan menggunakan sistem *autodebet* dari rekening tabungan BTPN Syariah.

2) Pembiayaan

Produk Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah dalam hal pembiayaan adalah Produk Paket Masa Depan (PMD). Paket Masa Depan adalah program terpadu BTPN Syariah yang

diberikan kepada sekelompok perempuan dipedesaan yang ingin berusaha dan memiliki impian untuk merubah hidup, tetapi tidak memiliki akses ke layanan perbankan.

Tujuan pembiayaan ini adalah untuk modal usaha, baik usaha baru maupun penambahan usaha yang sudah berjalan sesuai dengan prinsip syariah. Dilarang memberikan pembiayaan diluar prinsip syariah seperti usaha jual daging babi, menjual kupon, judi, minuman keras, atau digunakan untuk membayar pinjaman ditempat lain.⁸²

d. Nilai-nilai Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Syariah

Nilai-nilai BTPN Syariah adalah PRISMA (Profesional, Integritas, Saling menghargai dan Kerjasama).⁸³

1) Profesional

Perilaku profesional bersifat internal individu. Karyawan BTPN Syariah dituntut untuk meningkatkan keahliannya sesuai dengan tugas yang diberikan dan profesinya sebagai bankir. Cakupan kualitas dan sikap yang membangun nilai profesional adalah sifat kejujuran (*shiddiq*), sifat tanggung jawab (*amanah*), sifat komunikatif (*tabligh*), sifat cerdas (*fathanah*).

2) Integritas

⁸²Hasil Wawancara dengan SCO *Mobile Marketing* Syariah pada Hari Senin Tanggal 21 Januari 2019 Pukul 09:15 WIB.

⁸³Hasil Wawancara dengan SCO *Mobile Marketing* Syariah pada Hari Senin Tanggal 21 Januari 2019 Pukul 09:15 WIB.

Perilaku integritas bagi karyawan BTPN Syariah adalah kualitas selalu menegakan keadilan, kebenaran dan komitmen terhadap pemenuhan serta pengalaman kode etik yang ditetapkan BTPN Syariah.

3) Saling Menghargai

Perilaku saling menghargai adalah saling hormat menghormati dan menghargai pendapat atau kontribusi dari setiap karyawan sesuai dengan tugas, tanggung jawab dan kompetensinya, serta selalu mengedepankan *teamwork*.

4) Bekerja sama

Perilaku bekerja sama/*teamwork* menegaskan bahwa TPN Syariah beserta jajarannya selalu berupaya mengembangkan lingkungan kerja yang saling bersinergi untuk memberikan hasil yang lebih baik.

e. Struktur Organisasi Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Syariah

Berikut adalah sturuktur organisasi yang ada di Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah, yaitu :⁸⁴

1) Pemilik Bank

PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk Sebesar 70,00%

PT. Triputra Persada Rahmat Sebesar 30,00%

2) Dewan Komisaris

Komisaris Utama : Kemal Azis Stamboel

⁸⁴BTPN Syariah, <https://www.btpn.com/id/tentang-kami/btpn-syariah>, (Online pada tanggal 20 Mei 2019).

Komisaris Independen : Dewi Pelitawati
 Komisaris Anggota : Mahdi Syahbuddin

3) Direktur

Direktur Utama : Harry A.S. Sukadis
 Wakil Direktur : Ratih Rachmawati
 Direktur Kepatuhan dan : Taras Wibaw Siregar
 Manajemen Risiko
 Direktur Teknologi dan Informasi : Setiasmo
 Direktur Operasional : Gatot Adhi Prasetyo

4) Dewan Pengawas Syariah

Ketua Dewan Pengawas Syariah : Drs. H. Amidan
 Anggota Dewan Pengawas Syariah : KH. Ahmad Cholil Ridwan

2. *Mobile Marketing* Syariah (MMS) Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Syariah

Mobile Marketing Syariah Mentaya hilir Selatan merupakan perpanjangan tangan dari Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah cabang di Palangka Raya yang bertujuan untuk memberi manfaat dari produk Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah agar dapat tersalurkan secara menyeluruh sampai ke masyarakat pedesaan tapi yang tidak mempunyai akses ke perbankan. Maka, Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah membuat *Mobile Marketing* Syariah yang diseluruh kecamatan yang dianggap prospek dalam mengembangkan produk-produk Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah. Namun, dalam

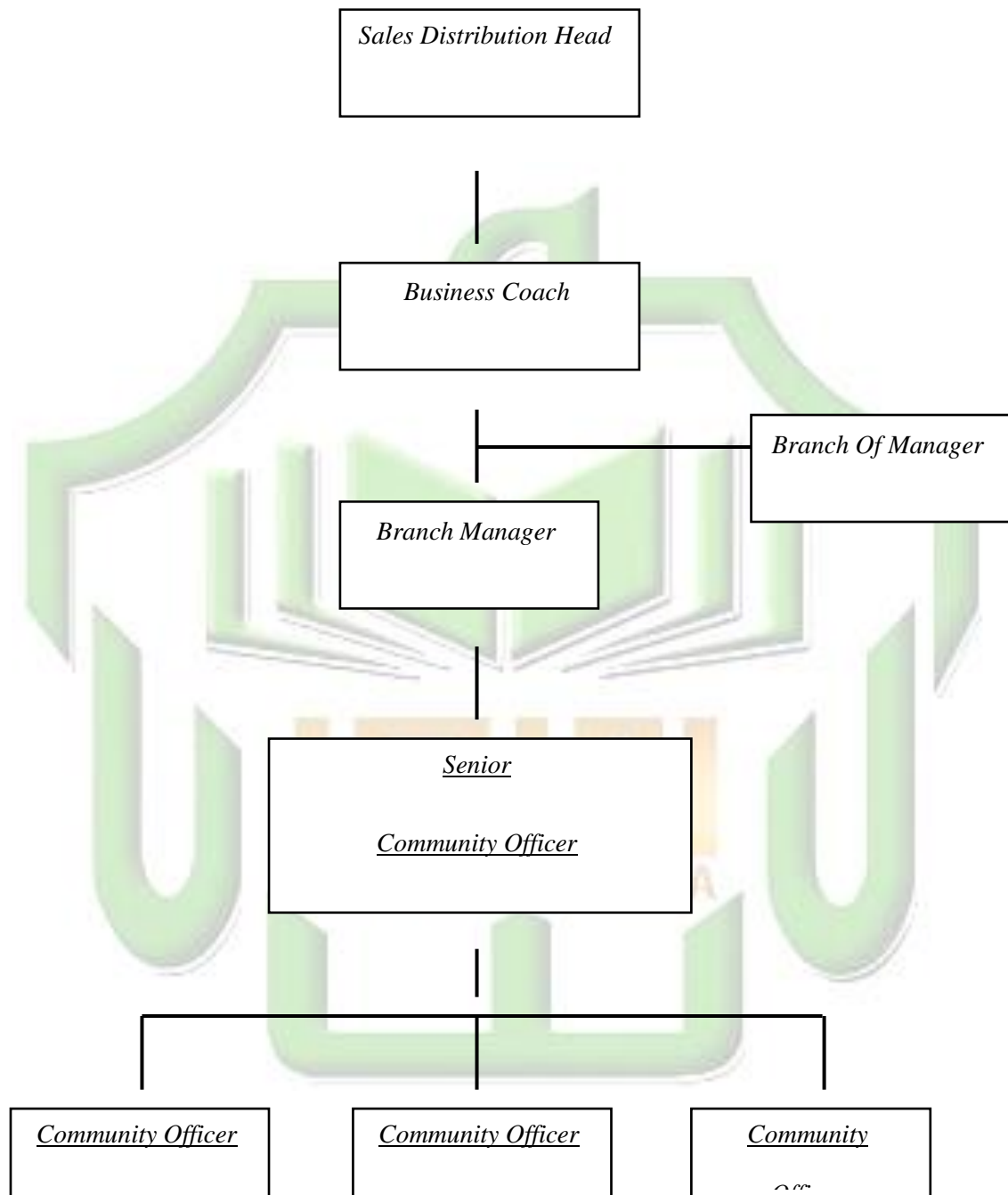
pelaksannya tidak semua produk-produk Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah Syariah dilakukan oleh *Mobile Marketing* Syariah, hanya produk pembiayaan Paket Masa Depan yang ada di *Mobile Marketing* Syariah Kabupaten Kotawaringin Timur. Pendirian *Mobile Marketing* Syariah oleh Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah untuk menjangkau nasabah ke desa-desa untuk memberikan solusi permodalan tetapi tidak memiliki akses ke perbankan. Dikaji dengan teori pembiayaan dalam hal ini adalah manfaat pembiayaan. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah di *Mobile Marketing* Syariah mengedepankan nasabah (debitur) sebagai tujuan pemberian manfaat pembiayaan.

Alamat *Mobile Marketing* Syariah (MMS) tepatnya berada di Jalan Partoe Muksin, depan kantor KUA Samuda, Kecamatan Mentaya Hilir Selatan, Kabupaten Kotawaringin Timur, Kalimantan Tengah. Lokasi tersebut dikatakan strategis karena terletak di sekitaran Pusat Perbelanjaan Masyarakat Kecamatan Mentaya Hilir Selatan dan Kecamatan Mentaya Hilir Utara.

3. Susunan Pengurus *Mobile Marketing* Syariah (MMS)

Mobile Marketing Syariah (MMS) merupakan perpanjangan tangan dari BTPN Syariah yang berpusat di Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah. Jadi, tidak terlalu banyak organisasi kepengurusan dalam operasional, susunan pengurus yang ada pada *MMS*, sebagai berikut:

Bagan 4.1
Struktur organisasi *Mobile Marketing* Syariah Mentaya Hilir Selatan



Sumber : Observasi di *Mobile Marketing* Syariah

C. Penyajian Data

1. Mekanisme Produk Pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah di Kabupaten Kotawaringin Timur.

- a. Karyawan *Mobile Marketing* Syariah

- 1) Identitas subyek yang peneliti wawancara merupakan *Senior Community Officer* dan *Community Officer (Marketing)* pada *Mobile Marketing* Syariah Bank Tabungan Nasional Syariah

Subyek Karyawan pertama *Mobile Marketing* Syariah yang peneliti wawancara:

Nama : BDN

Jenis Kelamin : Perempuan

Jabatan : *Senior Community Officer (SCO)*

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan ibu BDN dari *Mobile Marketing* Syariah mengenai sejak kapan bekerja dan produk yang ditawarkan di *Mobile Marketing* Syariah, Berikut jawaban Ibu BDN:⁸⁵

“Kalau aku dari tahun 2017, produk yang ditawarkan produk pembiayaan Paket Masa Depan aja, kelebihan dari Paket Masa Depan ini tidak ada jaminan dan juga hanya untuk wanita yang sudah menikah atau yang sudah pernah menikah. Paket Masa Depan ini sendiri tidak cuman meminjamkan uang tapi kami ada pelatihan serta bimbingan dengan para nasabah sehingga akan menambah peluang usaha bagi nasabah itu sendiri”.

⁸⁵Hasil wawancara dengan Ibu BDN pada hari Senin Tanggal 21 Januari 2019 Pukul 09:00 WIB.

Pertanyaan kembali diajukan kepada Ibu BDN terkait kenapa Pembiayaan Paket Masa Depan ini dikhususkan untuk para wanita khususnya ibu-ibu, Adapun pernyataan Ibu BDN:

“karena biasanya wanita pedesaan khususnya ibu-ibu itu kerjanya hanya dirumah, bersih-bersih, dan lain-lain jadi produk Paket Masa Depan ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat terlebih lagi ibu-ibu dalam membantu suaminya”.

Peneliti kembali mengajukan pertanyaan terkait prosedur produk pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah, Jawaban Ibu BDN:

“Prosedurnya hanya KTP Suami/Istri, Kartu Keluarga (KK), terus usia wanita usia 18-60 tahun dan juga mempunyai rumah sendiri bukan sewaan. produk Paket Masa Depan diberlakukan kepada nasabah yang sebelumnya sudah membentuk kelompok, masing-masing kelompok terdiri dari 5 orang. nah, Pembiayaan Paket Masa Depan ini didalamnya ada tabungan wajib dan tabungan sukarela. tabungan wajib itu tabungan yang diambil dari 10% dari pinjaman yang dicairkan tujuannya untuk berjaga-jaga jika nanti nasabah tidak dapat mengangsur, kalau tabungan sukarela itu tabungan yang disimpan dalam jumlah paling sedikit rp. 1000 seperti

tabungan biasa dan dapat diambil pada saat pembayaran angsuran berikutnya. kalau pinjaman awalnya dari rp. 2.000.000,00- rp. 3.000.000,00. yang rp. 2.000.000,00 itu untuk nasabah yang belum punya usaha dan nasabah yang sudah mempunyai usaha itu rp. 3.000.000,00. untuk tahun pertama pinjaman, tahun kedua nantinya kelipatan dari pinjaman awal. terus juga kami mengadakan pertemuan kepada aparat desa, setelah ibu mengajak ibu-ibu untuk kumpul sekalian pelatihan ke ibu-ibunya dan survey nasabah yang mau ikut tapi harus buat grup dulu dan juga ada asuransi dan santunan di Paket Masa Depan ini”.

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada Ibu BDN terkait bagaimana proses produk pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah di Kabupaten Kotawaringin Timur pada awal melakukan pembiayaan. Berikut adalah hasil wawancaranya

“Awalnya itukan kami datang ke setiap desa, kami sosialisasi terlebih dahulu kami berikan motivasi juga. Nah sistemnya itu kami data satu persatu ibu-ibu yang mau menjadi nasabah pembiayaan Paket Masa Depan, kami minta data KTP suami dan istri, KK dan juga harus ada tanda tangan dari suami. Setelah itu kami tanya usaha yang mau di buat atau usaha yang mau di kembangkan lagi dengan meminta rincian belanja usahanya dan setelah itu kami foto usaha beliau. Setelah kami dapat data dari calon nasabah, kami ajukan lagi ke manager kami, dan calon nasabah wajib ikut 3 hari masa pelatihan agar usahanya sesuai yang diharapkan, apabila tidak hadir tanpa kejelasan maka dipertanyakan kesungguhan calon nasabah untuk ikut pembiayaan Paket Masa Depan. Jadi,

apabila manager kami nerima maka minggu selanjutnya pembiayaan sudah bisa dicairkan”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa produk Pembiayaan Paket Masa Depan dikhususkan untuk para wanita yang sudah menikah mulai dari usia 18 Tahun-60 Tahun. Pinjaman dari Rp. 2.000.000,00- Rp. 3.000.000,00. Produk Pembiayaan Paket Masa Depan dikhususkan untuk wanita karena biasanya para wanita desa tidak mempunyai pekerjaan dan hanya menunggu suami mereka datang. Persyaratan Produk Pembiayaan Paket Masa Depan ini ada dua yaitu: Kartu Tanda Penduduk (KTP) dan Kartu Keluarga (KK). kemudian para calon nasabah juga harus membentuk grup yang beranggotakan 5 orang. Produk Pembiayaan Paket Masa Depan ini didalamnya ada Tabungan Wajib dan Tabungan Sukarela, yang keduanya disiapkan untuk berjaga-jaga jika salah satu dari anggota grup tidak bisa membayar angsuran. Strategi pemasaran *Mobile Marketing* Syariah melakukan sosialisasi kepada wanita setiap desa yang mempunyai keinginan untuk merubah hidup menjadi lebih sejahtera.

2) Identitas karyawan *Mobile Marketing* Syariah yang kedua adalah:

Nama : NA

Jenis Kelamin : Perempuan

Jabatan : *Community Officer* (CO)

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan ibu NA dari *Mobile Marketing* Syariah mengenai sejak kapan bekerja dan produk yang ditawarkan di *Mobile Marketing* Syariah, Berikut jawaban Ibu NA:⁸⁶

“Aku kerja disini dari Tahun 2017, Kalau Produknya itu adalah produk Paket Masa Depan yang khusus perempuan yang sudah menikah dari usia 18- 60 Tahun yang sudah atau yang belum punya usaha, tujuan pembiayaan Paket Masa Depan ini untuk menambah kesejahteraan bagi masyarakat desa”.

Pertanyaan kembali diajukan kepada Ibu NA terkait kenapa Pembiayaan Paket Masa Depan ini dikhususkan untuk para wanita khususnya ibu-ibu, Adapun pernyataan Ibu NA:

“Biasanya ibu-ibu tu kerjanya hanya dirumah, bersih-bersih, dan hanya mengharap uang dengan suami. jadi produk paket masa depan ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat terlebih lagi ibu-ibu dalam membantu suaminya bekerja”.

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada Ibu NA terkait prosedur dan berapa pinjaman awal nasabah Produk Pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah di Kabupaten Kotawaringin Timur. Berikut adalah hasil wawancaranya:

“Prosedurnya itu KTP suami/istri, Kartu Keluarga (KK), punya rumah sendiri. sudah membentuk kelompok yang masing-masing 5 orang, Paket Masa Depan ini ada tabungan wajib dan tabungan sukarela. Tabungan Wajib itu Tabungan yang diambil dari 10% dari pinjaman yang

⁸⁶Hasil Wawancara dengan Ibu NA pada Hari Kamis tanggal 09 Mei 2019 Pukul 08:00 WIB.

dicairkan untuk berjaga-jaga bila nanti nasabah tidak dapat mengangsur, tabungan sukarela itu tabungan terserah berapa mau nasabah mau nyimpan tapi paling sedikit Rp. 1000 dapat diambil pada saat pembayaran angsuran. Kalau awal peminjaman itu dari Rp. 2.000.000,00- Rp. 3.000.000,00”.

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada Ibu NA terkait bagaimana proses produk pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah di Kabupaten Kotawaringin Timur pada awal melakukan pembiayaan. Berikut adalah hasil wawancaranya

“Sistemnya itu kami data ibu-ibunya terlebih dahulu untuk pengajuan pembiayaan Paket Masa Depan, kami minta data KTP suami dan istrinya, Kartu Keluarganya dan wajib ada tanda tangan dari suami. Setelah itu kami data usaha beliau atau usaha yang mau di kembangkan dengan meminta nota belanja usahanya dan setelah itu kami foto usahanya. Sehabis kami dapat data dari calon nasabah, kami mengajukan lagi ke manager kami, apakah itu diterima atau ditolak. Sebelum pencairan dana Paket Masa Depan ibu-ibu wajib ikut pelatihan selama 3 hari apabila tidak hadir tanpa kejelasan maka pembiayaan itu bisa ditolak. Kalau diterima nanti akan dicairkan di minggu depan”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa produk yang ditawarkan pada *Mobile Marketing* Syariah adalah Produk Pembiayaan Paket Masa Depan yang khusus untuk wanita-wanita desa yang ingin merubah hidup menjadi lebih sejahtera dan juga prosedur Produk Pembiayaan Paket Masa Depan ada dua yaitu: Kartu Tanda Penduduk (KTP) dan Kartu Keluarga (KK) pembiayaan Paket Masa Depan ini tidak ada jaminan. Pinjaman

awal Produk Pembiayaan Paket Masa Depan dari Rp. 2.000.000,00- Rp. 3.000.000,00.-.

2. Implementasi Produk Pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah di Kabupaten Kotawaringin Timur.

Identitas subyek yang peneliti wawancara merupakan Karyawan MMS dan nasabah produk pembiayaan Paket Masa Depan BTPN Syariah

- a) Subyek Karyawan pertama *Mobile Marketing* Syariah yang peneliti wawancara:

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan ibu BDN dari *Mobile Marketing* Syariah mengenai bagaimana implementasi kerja dalam menawarkan pembiayaan Paket Masa Depan di *Mobile Marketing* Syariah, Berikut jawaban Ibu BDN:⁸⁷

“Awal hari itu mengadakan pre-marketing ke aparat desa, *mini meeting* sosialisasi produk Paket Masa Depan kepada nasabah ke desa-desa, maintenance nasabah pelatihan dan memberikan motivasi kepada ibu-ibu yang melakukan pembiayaan Paket Masa Depan, survei dan wawancara calon nasabah dan akhir harinya evaluasi mengenai kinerja. Setiap 2 minggu sekali kami melakukan penagihan pembayaran angsuran langsung bimbingan usaha itupun sudah terjadwal tiap desa dan akhir hari kami melakukan evaluasi kinerja untuk memperbaiki kinerja kami untuk menjadi lebih baik”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas bahwa karyawan MMS melakukan sosialisasi Paket Masa Depan ke setiap desa, mengadakan pelatihan dan pemberian motivasi dan juga pihak

⁸⁷Hasil wawancara dengan Ibu BDN pada hari Senin tanggal 21 Januari 2019 Pukul 09:00 WIB.

MMS memperhatikan prinsip pengajuan dalam pembiayaan agar dapat terlaksana dengan baik.

b) Berikut adalah Identitas karyawan *Mobile Marketing* Syariah yang kedua adalah:

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan ibu NA dari *Mobile Marketing* Syariah mengenai bagaimana implementasi atau sistem di *Mobile Marketing* Syariah, Berikut jawaban Ibu NA

.⁸⁸

“Kami sosialisasi produk Paket Masa Depan ini ke desa-desa mencari nasabah, pemberian motivasi dan pelatihan kepada ibu-ibu yang ingin melakukan pembiayaan Paket Masa Depan, penagihan angsuran, bimbingan sekaligus survei nasabah yang ingin melakukan Pembiayaan Paket Masa Depan dan akhir harinya kami evaluasi mengenai kinerja apa yang harus dibenahi dan yang harus digiatkan lagi”.

Berdasarkan wawancara dengan subyek di atas, maka dapat diketahui bahwa implementasi produk pembiayaan Paket Masa Depan di *Mobile Marketing* Syariah meliputi melakukan sosialisasi ke setiap desa untuk memperkenalkan produk Pembiayaan Paket Masa Depan, memberikan pelatihan, motivasi dan juga memperhatikan prinsip dalam pembiayaan agar pembiayaan berjalan sesuai yang diharapkan.

c) Berikut adalah Identitas karyawan *Mobile Marketing* Syariah yang ketiga adalah:

⁸⁸Hasil wawancara dengan Ibu NA pada hari Senin tanggal 21 Januari 2019 Pukul 11:00 WIB.

3. Dampak Produk Pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah di Kabupaten Kotawaringin Timur

Dampak merupakan benturan pengaruh atau akibat yang kuat. Dalam setiap keputusan yang diambil oleh seorang biasanya mempunyai dampak tersendiri, baik itu dampak positif maupun negatif.

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan nasabah produk pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah. Adapun Pertanyaan dan hasil wawancara diuraikan di bawah ini:

a. Nasabah Produk Pembiayaan Paket Masa Depan

Berikut adalah identitas nasabah Produk Pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah yang pertama peneliti wawancara:

| | |
|---------------|--------------------|
| Nama | : IM |
| Jenis Kelamin | : Perempuan |
| Desa | : Bagendang Tengah |
| Sentra | : Ramban |

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan Ibu IM terkait sejak kapan melakukan pembiayaan Paket Masa Depan, berapa dana pinjaman dan untuk keperluan apa, Berikut jawaban Ibu IM:⁸⁹

⁸⁹Hasil Wawancara dengan Ibu IM pada Hari Kamis tanggal 9 Mei 2019 Pukul 09:00 WIB.

“Aku minjam ne dari tahun 2016 sampai wahini, awalnya tuh minjam Rp. 2.000.000.00,-, Alhamdulillah sudah Rp.16.000.000,00,-. Semalam gasan mengembangi usaha warung sembako ne, wahini rencana aku minjam duit ne gasan memperbaiki mobil laki gasan membeli barang di kota”.

Terjemahan: “Aku pinjam ini dari tahun 2016 sampai sekarang, awalnya pinjam Rp. 2.000.000,00, Alhamdulillah sudah Rp. 16.000.000,00. Keperluan aku dulu untuk mengembangkan usaha warung sembako ini, sekarang rencana aku duit pinjaman ini untuk memperbaiki mobil pick-up suami untuk membeli barang-barang ke kota”.

Peneliti mengajukan kembali pertanyaan terkait kenapa nasabah memilih melakukan pembiayaan Paket Masa Depan melalui *Mobile Marketing* Syariah. Penuturan dari nasabah:

“Semalam begannya datang kesini membari kami motivasi gasan menambah penghasilan habis tu menawari pembiayaan ada pelatihan lawan bimbingannya jua. Acil-acil gin membawai jua, persyaratannya jua nyaman: KTP aku lawan laki dengan KK ja. Jadi, nyaman gasan kami gasan umpat injam”.

Terjemahan: “Kemarin mereka datang kesini memberi kami motivasi untuk menambah penghasilan dan menawarkan produk pembiayaan ada pelatihan sama bimbingannya juga. Ibu-ibu yang lain ngajak ikut juga, persyaratannya juga gampang : KTP saya dan suami sama KK. Jadi, mudah bagi kami untuk ikut pinjam”.

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan Ibu IM terkait bagaimana perkembangan usaha dan dampak kesejahteraan nasabah setelah melakukan pembiayaan Paket Masa Depan. Berikut penuturan subyek nasabah produk Pembiayaan Paket Masa Depan:

“Alhamdulillah banar, betambah banyak macam jualan aku ne, semalam tu aku jualan baras, minyak goreng kaya itu-itu ja. Dan wahini aku kawa nungkar tilam nang bagus, membantu modal gasan laki jadi kada tebebani menafkahi kaya itu. Syukur Alhamdulillah tebatu ja, 2019 ne jua aku handak mendaftarkan umrah dengan anakku”.

Terjemahan:“Alhamdulillah banget, bertambah banyak macam-macam jualan aku ini, kemarin aku jualan beras, minyak goreng gitu-gitu aja. Dan sekarang aku bisa beli kasur yang bagus, membantu dalam modal dengan suami jadi engga terbebani dalam menafkahi. Syukur Alhamdulillah terbantu aja, 2019 ini juga aku mau ngedaftar umroh dengan anakku”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa dampak yang dirasakan oleh Ibu IM setelah melakukan Pembiayaan Paket Masa Depan Jumlah macam-macam dagangan Ibu IM menjadi tambah beragam dan mampu memenuhi kebutuhan sandang, pangan ibu IM lebih terpenuhi .

Subyek kedua nasabah Produk Pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah

Nama : YA

Jenis Kelamin : Perempuan

Desa : Sebamban

Sentra : Sebamban Hulu

Peneliti melakukan wawancara langsung kepada Ibu YA dari desa Sebamban terkait sejak kapan melakukan pembiayaan Paket Masa Depan, berapa dana pinjaman dan untuk keperluan apa. Berikut jawaban dari Ibu YA:⁹⁰

“Dari tahun 2016 sampai 2019 ini sudah berjalan 4 Tahun minjam. Awal minjam aku tu dari Rp. 2.000.000,00

⁹⁰Hasil Wawancara dengan Ibu YA pada Hari Sabtu tanggal 11 Mei 2019 Pukul 08:30WIB.

sampai wahini jadi Rp. 10.000.000,00. Ya gasan keperluan modal jualan iwak sambil modal laki begawi”.

Terjemahan: “Dari tahun 2016 sampai 2019 ini sudah berjalan 4 Tahun pinjaman. Awal pinjaman aku itu dari Rp. 2.000.000,00 sampai sekarang menjadi Rp. 10.000.000,00. Ya untuk keperluan modal dagang ikan sambil modal suami kerja”.

Peneliti mengajukan kembali pertanyaan terkait kenapa nasabah memilih melakukan pembiayaan Paket Masa Depan di *Mobile Marketing* Syariah. Berikut jawaban dari nasabah:

“Dulu tu buhannya kasini sosialisasi, mambari buhan kami motivasi gasan nambah penghasilan lawan menawari pembiayaan ada pelatihan lawan bimbingannya jua. Ibu-ibu disini membawai jua, persyaratannya jua gampang : KTP aku dengan laki dengan KK. Jadi, mudah gasan kami”.

Terjemahan: “Waktu itu mereka kesini sosialisasi, memberi kami motivasi untuk menambah penghasilan dan menawarkan produk pembiayaan ada pelatihan sama bimbingannya juga. Ibu-ibu yang lain ngajak ikut juga, persyaratannya juga gampang : KTP saya dan suami sama KK. Jadi, mudah bagi kami”.

Peneliti kembali mengajukan pertanyaan kepada Ibu YA dari desa Sebamban terkait bagaimana perkembangan usaha dan dampak kesejahteraan nasabah setelah melakukan pembiayaan Paket Masa Depan. Penuturan dari nasabah:

“Alhamdulillah bayar lancar habis tu kada pernah macet, terbantu dalam modal lawan pembiayaan ini, kada pakai jaminan, cuma kartu keluarga dengan KTP ja persyaratannya. Apalagi kami disini ni jauh lawan kota. Jadi, terbantu kami dengan permodalan gasan kami-kami disini. Kalau makan hari-hari ni syukur Alhamdulillah gasan kebutuhan anak sekolah kayak buku, pensil lawan baju sanggup aja pang menungkar”.

Terjemahan: “Alhamdulillah pembayaran lancar terus ga pernah macet, terbantu dalam permodalan dengan Pembiayaan Paket

Masa Depan ini, ga pakai jaminan, cuman kartu keluarga sama KTP aja persyaratannya. Apalagi kami disini jauh dari kota. Jadi, terbantu kami dengan adanya permodalan untuk kami-kami disini. Kalau makan hari-hari syukur Alhamdulillah dengan kebutuhan anak sekolah seperti buku, pensil dengan baju sanggup saja membeli”.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut diketahui bahwa dampak produk pembiayaan paket masa depan melalui *Mobile Marketing* Syariah setelah nasabah melakukan pembiayaan Paket Masa Depan bertambah permodalan berdagang serta kebutuhan pangan dan sekolah anak menjadi lebih terpenuhi

Subyek ketiga nasabah Produk Pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah

Nama : LW
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Desa : Sei Ijum
 Sentra : Palingkau

Peneliti melakukan wawancara langsung kepada Ibu LW dari desa Sei Ijum terkait sejak kapan melakukan pembiayaan Paket Masa Depan, berapa dana pinjaman dan untuk keperluan apa. Jawaban dari Ibu LW:⁹¹

“pamulaan minjam dari tahun 2016. minjam awal Rp. 3.000.000,00- sampai wahini sudah sampai Rp. 12.000.000,00-. keperluan gasan menungkar minyak kapal lawan keperluan lain-lain pang. Karena sekali

⁹¹Hasil Wawancara dengan Ibu LW pada Hari Sabtu tanggal 11 Mei 2019 Pukul 09:00 WIB.

malaut tu minimal Rp. 500.000,00- gasan nungkar minyak lawan alat-alat yang lain”.

Terjemahan: “Pertama pinjam dari tahun 2016. Pinjaman awal Rp. 3.000.000,00- sampai sekarang sudah sampai Rp. 12.000.000,00-. keperluan untuk membeli minyak kapal dan keperluan lain-lain. Karena sekali melaut itu minimal Rp. 500.000,00- buat beli minyak dan alat-alat yang lain”.

Peneliti mengajukan kembali pertanyaan terkait kenapa nasabah memilih melakukan pembiayaan Paket Masa Depan di *Mobile Marketing Syariah*. Berikut jawaban dari nasabah:

“Dahulu itu. buhannya ke Desa kami ni membawai rt-rt disini ni kumpul satumat, mereka memotivasi kami untuk meubah hidup jadi lebih baik, buhannya nawari pembiayaan, ada pelatihannya jua semalam tu lawan jua persyaratannya jua nyaman cuman KTP suami istri lawan KK ja habis tu jua kadada jaminannya”.

Terjemahan: “Dulu itu. Mereka ke Desa kami disini mengajak tokoh masyarakat kumpul bentar, mereka memotivasi kami untuk merubah hidup jadi lebih baik, mereka nawarin pembiayaan, ada pelatihannya juga kemarin itu dan juga persyaratannya juga mudah hanya KTP suami istri dan KK aja terlebih lagi tidak ada jaminannya”.

Peneliti kembali mengajukan pertanyaan kepada Ibu LW dari desa Sei Ijum terkait bagaimana perkembangan usaha dan dampak kesejahteraan setelah melakukan pembiayaan Paket Masa Depan.

Berikut penuturan Ibu Lw:

“Karna minjam ni kada makai jaminan habis tu persyaratannya cuma KTP sama KK jadi nyaman minjamnya, habis tu aku kawa bantu laki gasan modal menafkahi keluarga. Alhamdulillah terpenuhi ja bahan-bahan didapur gasan masak, ya terbantu lawan adanya pembiayaan ni. Kalau kapal rusak kami makai duit mnjam tadi gasan memperbaiki kapal, cuma pembayaran ja amun kawa jangan 2 minggu sekali ya 1 bulan sekali ja lah”.

Terjemahan: “Karena pinjaman ini enggak pakai jaminan terus persyaratannya itu cuman KTP sama KK jadi enak peminjamannya, terus aku bisa bantu suami dalam modal menafkahi keluarga. Alhamdulillah terpenuhi aja bahan-bahan didapur buat masak, ya terbantu dengan adanya pembiayaan ini. Kalau kapal rusak kami pakai duit pinjaman tadi untuk memperbaiki kapal. Cuman pembayaran ini kalau bisa jangan 2 minggu satu kali ya 1 bulan sekali aja”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa dampak yang dirasakan oleh Ibu LW setelah melakukan pembiayaan Paket Masa Depan melalui *Mobile Marketing* Syariah menjadi terbantu karena dana pinjaman dapat digunakan untuk memperbaiki kapal dan membeli perlengkapan mencari ikan di Laut serta kebutuhan sandang dapat terpenuhi.

Subyek keempat nasabah produk Pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah yang peneliti wawancara:

| | |
|---------------|-------------|
| Nama | : F |
| Jenis Kelamin | : Perempuan |
| Desa | : Sei Ijum |
| Sentra | : Palingkau |

Peneliti melakukan wawancara langsung kepada Ibu F dari desa Sei Ijum terkait sejak kapan melakukan pembiayaan Paket Masa Depan, berapa dana pinjaman dan untuk keperluan apa. Berikut jawaban dari Ibu F:⁹²

⁹²Hasil Wawancara dengan Ibu F pada Hari Sabtu tanggal 11 Mei 2019 Pukul 09:15 WIB.

“minjam wahini sudah jadi Rp. 16.000.000,00- minjam dari tahun 2016 sampai ni. Aku minjam ni gasan keperluan membaiki kapal, nungkar alat gasan nangkap iwak karena mahal nungkar alatnya jadi aku minjam”.

Terjemahan:“Pinjaman sekarang sudah jadi Rp. 16.000.000,00- peminjaman dari tahun 2016 sampai sekarang. Aku pinjam ini untuk keperluan memperbaiki kapal, membeli alat buat tangkap ikan karena mahal beli alatnya jadi aku pinjam”.

Peneliti mengajukan kembali pertanyaan terkait kenapa nasabah memilih melakukan pembiayaan Paket Masa Depan di *Mobile Marketing* Syariah. Berikut jawaban dari nasabah:

“Dulu tu. Banknya kesini, ke rt lawan masyarakat buhannya motivasi kami gasan ikut pembiayaan, buhannya menawar produknya ada pelatihannya jua semalam tu. Karna kebutulan aku lagi butuh modal, persyaratannya jua mudah jadi aku ikut ja sama ibu-ibu yang lain”.

Terjemahan:“Dulu itu. Banknya kesini, ke tokoh masyarakat dengan masyarakat, mereka memotivasi kami untuk ikut pembiayaan, mereka nawarin produknya ada pelatihannya juga kemarin itu. Karna kebutulan aku lagi butuh modal, persyaratannya juga mudah jadi aku ikut aja sama ibu-ibu yang lain”.

Peneliti kembali mengajukan pertanyaan kepada Ibu F dari desa Sei Ijum terkait bagaimana perkembangan usaha dan dampak kesejahteraan nasabah setelah melakukan pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah. Jawaban dari Ibu F:

“Alhamdulillah kawa bantui laki begawi, semalam kan sebelum minjam laki kada begawi karena kapal rusak, habis pinjam syukur Alhamdulillah kawa begawi lagi dapat duit lagi, habis pembiayaan ni. Jadi keluarga kami jadi terbantu. Apalagi minjam ni kada makai jaminan jadi sangat nyaman gasan kami minjam”.

Terjemahan:“Alhamdulillah bisa bantu suami kerja, kemarin kan sebelum pinjam suami ga bisa kerja karena kapal rusak, setelah pinjam syukur Alhamdulillah bisa kerja lagi dapat duit lagi, setelah melakukan pembiayaan Paket Masa Depan ini. Jadi keluarga kami menjadi terbantu.Apalagi pinjaman ini tidak pakai jaminan jadi sangat mudah bagi kami untuk pinjam”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa dampak yang dirasakan oleh ibu F setelah melakukan pembiayaan Paket Masa Depan pada Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah *Mobile Marketing* Syariah, suami Ibu F dapat bekerja kembali karena kapal yang dahulu rusak dapat diperbaiki dan memulihkan perekonomian keluarga Ibu F, setelah adanya pinjaman permodalan dari Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah.

Subyek nasabah kelima produk pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah yang peneliti wawancara:

| | |
|---------------|-------------|
| Nama | : A |
| Jenis Kelamin | : Perempuan |
| Desa | : Sei Ijum |
| Sentra | : Palingkau |

Peneliti melakukan wawancara langsung kepada Ibu A dari Desa Sei Ijum terkait sejak kapan melakukan pembiayaan Paket Masa

Depan, berapa dana pinjaman dan untuk keperluan apa. Berikut jawaban dari Ibu A:⁹³

“Aku minjam gasan keperluan menungkar alat Palembang, menungkar tanah gasan menampung iwak. Jadi, aku kada cuma menunggu hasil tangkapan ja, aku gin bisa bangun tambak iwak dari hasil menungkar tanah tadi waktu musim paceklik kayak wahini kami kawa memanfaatkan iwak dari tambak tadi. Aku minjam dari tahun 2016 terus wahini aku minjam Rp. 16.000.000,00”.

Terjemahan: “Aku pinjam untuk keperluan membeli alat Palembang, membeli tanah untuk penampung ikan. Jadi, aku tidak hanya menunggu hasil tangkapan saja, aku juga bisa bangun Tambak ikan dari hasil membeli tanah tadi. Pada waktu musim paceklik seperti sekarang kami bisa memanfaatkan ikan dari tambak tadi. Aku pinjam dari tahun 2016 terus sekarang aku pinjam Rp. 16.000.000,00”.

Peneliti mengajukan kembali pertanyaan terkait kenapa nasabah memilih melakukan pembiayaan Paket Masa Depan di *Mobile Marketing* Syariah. Berikut jawaban dari nasabah:

“Alasan aku jadi umpat semalam, buhannya sopan ramah lawan juga syariah, mereka membari aku motivasi gasan bantui laki, menawari produk pembiayaan kepada kami lawan persyaratan nyaman KTP sama KK aja. Jadi, aku minjam ja habis dari izin suami”.

Terjemahan: “Alasan aku jadi ikut kemarin, mereka sopan ramah dan juga syariah, mereka memberi aku motivasi untuk bantu suami, menawarkan produk pembiayaan kepada kami dan persyaratan mudah KTP sama KK aja. Jadi, aku pinjam aja habis dari izin suami”.

Peneliti mengajukan kembali pertanyaan kepada Ibu A dari Desa Sei Ijum terkait bagaimana perkembangan usaha dan dampak produk pembiayaan paket masa depan setelah nasabah melakukan

⁹³Hasil Wawancara dengan Ibu A pada Hari Sabtu tanggal 11 Mei 2019 Pukul 09:30 WIB.

pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional

Syariah. Berikut jawaban dari Ibu A:

“Alhamdulillah kawa bantu laki waktu musim paceklik kayak wahini, saat ni laki balum kawa talalu rancak ke laut, tapi karena kami sudah nungkar tanah habis dana cair semalam. Alhamdulillah pendapatan kami masih berjalan aman dengan adatambak iwak tu lawan jua gasan keperluan anak sekolah kena sudah kami siapi”.

Terjemahan: “Alhamdulillah bisa bantu suami waktu musim paceklik seperti sekarang, saat ini suami belum bisa terlalu sering ke laut, tapi karena kami sudah beli tanah sehabis dana cair kemarin. Alhamdulillah pendapatan kami masih berjalan aman dengan adanya tambak ikan itu dan juga untuk keperluan anak sekolah nanti sudah kami siapkan”.

Berdasarkan wawancara di atas bahwa dampak Ibu A setelah melakukan pembiayaan Paket Masa Depan pada Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah bisa Terbantu dari permodalan untuk membuat tambak ikan sehingga perekonomian keluarga tetap berjalan dan kebutuhan sekolah anak dapat terpenuhi.

Subyek nasabah keenam Produk Pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah yang peneliti wawancara:

Nama : D

Jenis Kelamin : Perempuan

Desa : Sei Ijum

Sentra : Palingkau

Peneliti melakukan wawancara langsung kepada Ibu D dari Desa Sei Ijum terkait sejak kapan melakukan pembiayaan Paket Masa

Depan, berapa dana pinjaman dan untuk keperluan apa. Berikut jawaban dari Ibu D:⁹⁴

“Aku minjam dari Tahun 2016, Dana Rp.16.000.000,00- itu gasan keperluan untuk nambah mesin kapal, minyak kapal tu Rp. 500.000,00- minimal sekali ke laut, nungkar mesin tangkap iwak dan keperluan lain-lain”.

Terjemahan: “Aku pinjam dari Tahun 2016, Dana Rp.16.000.000,00- itu digunakan untuk keperluan buat nambah mesin kapal, minyak kapal itu Rp. 500.000,00- minimal sekali ke laut, beli mesin tangkap ikan dan keperluan lain-lain”.

Peneliti mengajukan kembali pertanyaan terkait kenapa nasabah memilih melakukan pembiayaan Paket Masa Depan di *Mobile Marketing Syariah*. Berikut jawaban dari nasabah:

“Persyaratannya cuma KTP lawan KK ja, jadi nyaman minjam kadada jaminannya. Kebutulan jua pas musim paceklik waktu itu butuh dana banyak. buhannya jua beri aku motivasi gasan merubah hidup jadi lebih baik”.

Terjemahan: “Persyaratannya cuman KTP sama KK aja, jadi mudah pinjam ga ada jaminannya. Kebutulan lagi musim paceklik waktu itu butuh dana banyak. Mereka juga beri aku motivasi buat merubah hidup jadi lebih baik”.

Peneliti kembali mengajukan pertanyaan kepada Ibu D dari Desa Sei Ijum terkait bagaimana perkembangan usaha dan dampak setelah melakukan pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah. Berikut jawaban dari Ibu D:

“Bertingkat ja wahini buktinya kawa meulah sarang walet, nambahi anak buah kapal mencari iwak, kawa gasan pembayaran anak sekolah kena lawna jua kawa nambah kapal. Alhamdulillah bertingkat ekonomi keluarga kami habis minjam ni”.

⁹⁴Hasil Wawancara dengan Ibu D pada Hari Sabtu tanggal 11 Mei 2019 Pukul 10:00 WIB.

Terjemahan: “Meningkat aja sekarang buktinya bisa buat sarang walet, nambah anak buah kapal mencari ikan, bisa buat pembayaran anak sekolah nanti dan juga bisa nambah kapal. Alhamdulillah bertingkat ekonomi keluarga kami setelah pinjam ini”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa dampak setelah melakukan pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah oleh Ibu D bisa menambah lapangan pekerjaan buat orang disekitarnya dan perekonomian keluarga menjadi lebih lancar serta terpenuhi.

Subyek nasabah Ketujuh Produk Pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah yang peneliti wawancara :

Nama : YN

Jenis Kelamin : Perempuan

Desa : Sei Ijum

Sentra : Palingkau

Peneliti melakukan wawancara langsung kepada Ibu YN dari Desa Sei Ijum terkait sejak kapan melakukan pembiayaan Paket Masa Depan, berapa dana pinjaman dan untuk keperluan apa. Berikut jawaban dari Ibu YN :⁹⁵

“Aku minjam dari Tahun 2016- 2019, awal minjam tu dari Rp. Rp. 2.000.000,00 sampai ini Rp. 16.000.000,00-. Aku disini sebagai penampung, jadi aku minjam ni gasan keperluan perlengkapan tambak iwak dan wadah-wadah

⁹⁵Hasil Wawancara dengan Ibu YN pada Hari Sabtu tanggal 11 Mei 2019 Pukul 13:00 WIB.

iwak. Apalagi musim paceklik ni kami harus jaga-jaga karna jarang gasan tulak ke laut mencari iwak”.

Terjemahan:“Aku pinjam dari Tahun 2016- 2019, awal peminjaman itu dari Rp. Rp. 2.000.000,00 sampai sekarang Rp. 16.000.000,00-. Aku disini sebagai penampung, jadi aku pinjam ini untk keperluan perlengkapan tambak ikan dan box-box ikan. Apalagi musim paceklik ini kami harus berjaga-jaga karna jarang untuk ke laut mencari ikan”.

Peneliti mengajukan kembali pertanyaan terkait kenapa nasabah memilih melakukan pembiayaan Paket Masa Depan di *Mobile Marketing Syariah*. Berikut jawaban dari nasabah:

“Dahulu tu. buhannya ke tokoh desa kami disini membari motivasi kami gasan beusaha lawan nambah modal, menawari pembiayaan, pelatihannya jua ada sambil bayar angsuran, habis tu persyaratannya nyaan jua kadada jaminan”.

Terjemahan:“Dulu itu. Mereka ke Desa kami disini memberi motivasi kami untuk usaha dan nambah modal, nawarin produk pembiayaan, pelatihannya juga ada sambil bayar angsuran, terus persyaratannya mudah juga ga ada jaminan”.

Peneliti kembali mengajukan pertanyaan kepada Ibu YN dari Desa Sei Ijum terkait bagaiman perkembangan usaha dan dampak ibu YN setelah melakukan pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing Syariah*. Berikut jawaban dari Ibu YN:

“Syukur Alhamdulillah banyak tebantu ada pembiayaan ni, modal bertambah kawa nungkar benih-benih iwak apalagi pas musim pacelik wahini jarang ada yang mau tulak ke laut karna air pasang. Alhamdulillah dapur kawa beasap, pendapatan masih aman lawan pembayaran angsuran Alhamdulillah kada pernah telat”.

Terjemahan:“Syukur Alhamdulillah sangat terbantu dengan adanya pembiayaan Paket Masa Depan ini, modal bertambah bisa beli benih-benih ikan apalagi pada musim yang pacelik sekarang jarang ada yang mau pergi ke laut karna air pasang. Alhamdulillah dapur bisa mengeluarkan asap, pendapatan masih aman dan pembayaran angsuran Alhamdulillah belum pernah terlambat”.

Berdasarkan hasil dari wawancara di atas dapat diketahui bahwa dampak yang dirasakan oleh Ibu YN setelah melakukan pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah menjadi terbantu dalam permodalan, kebutuhan dapur dapat terpenuhi dan perekonomian masih aman terkendali.

Sebagaimana hasil wawancara dengan ketujuh subyek di atas, diketahui bahwa Produk Pembiayaan Paket Masa Depan pada Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah membawa dampak yang baik, membawa perubahan perekonomian yang baik, berdasarkan hasil wawancara dengan ketujuh subyek di atas. Maka diketahui bahwa Produk Pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah membawa perubahan yang lebih baik bagi nasabah Pembiayaan Paket Masa Depan.

b. Informan nasabah Produk Pembiayaan Paket Masa Depan

Berikut adalah identitas Informan nasabah Produk Pembiayaan Paket Masa Depan, yang pertama peneliti wawancara:

Nama : J

Jenis Kelamin : Perempuan

Desa : Bagendang Tengah

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan Ibu J dari Desa Bagendang Tengah terkait apakah benar ibu IM melakukan pembiayaan Paket Masa Depan dan bagaimana dampak yang dirasakan oleh Ibu IM setelah mendapat pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah, Berikut Jawaban Ibu J :⁹⁶

“Bujur acil IM tu umpat, sidin dari dulu sudah umpat itu. Kalau dampaknya. Alhamdulillah banar jualan sidin bertambah banyak dan rencananya wahini sidin handak umroh semalam jua sidin peleseran ke Jakarta.”

Terjemahan: “Benar ibu IM itu ikut, beliau dari dulu sudah ikut itu. Kalau dampaknya. Alhamdulillah sekali jualan beliau tambah banyak dan rencananya sekarang beliau mau umroh, kemarin juga beliau jalan-jalan ke Jakarta.”

Nama : SA

Jenis Kelamin : Perempuan

Desa : Sebamban

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan Ibu SA dari Desa Bagendang Tengah terkait bagaimana dampak yang dirasakan oleh Ibu YA setelah mendapat pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah, Berikut Jawaban Ibu SA :⁹⁷

“Acil YA memang sudah lawas umpat pembiayaan itu, sekitar 3 tahunan dah. Wahini ibu YA sudah kawa meulah rumah sendiri disamping rumah orang tuanya. Alhamdulillah”.

⁹⁶Hasil wawancara dengan Ibu J pada hari Jum'at Tanggal 10 Mei 2019 Pukul 08:00 WIB.

⁹⁷Hasil wawancara dengan Ibu SA pada hari Kamis Tanggal 9 Mei 2019 Pukul 15:00 WIB.

Terjemahan: “Ibu YA memang sudah lama ikut pembiayaan itu, sekitar 3 tahunan sudah. Sekarang ibu YA sudah bisa bikin rumah sendiri disamping rumah orang tuanya. Alhamdulillah”.

Nama : R

Jenis Kelamin : Perempuan

Desa : Sei Ijum

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan Ibu R dari Desa Bagendang Tengah terkait bagaimana dampak yang dirasakan oleh Ibu LW, Ibu F, Ibu A, Ibu D, Ibu YN setelah mendapat pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah, Berikut Jawaban Ibu R:⁹⁸

“Alhamdulillah bujur yang dipadahi ibu LW, Ibu F, Ibu A, Ibu D dan Ibu YN bujur begannya umpat pembiayaan sudah hampir 4 tahunan sudah di atas Rp. 10.000.000,00-pinjaman begannya. Alhamdulillah begannya kawa mengelola permodalan dan kawa menambah usaha mereka jadi tambah lancar”.

Terjemahan: “Alhamdulillah benar yang dikatakan ibu LW, Ibu F, Ibu A, Ibu D dan Ibu YN benar mereka ikut pembiayaan sudah hampir 4 tahunan sudah di atas Rp. 10.000.000,00-pinjaman mereka. Alhamdulillah mereka bisa mengelola permodalan dan bisa menambah usaha mereka jadi tambah lancar”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa yang dampak yang dirasakan oleh Ibu IM, Ibu YA, Ibu LW, Ibu F, Ibu A, Ibu D, dan Ibu YN adalah benar dan dapat dipercaya.

⁹⁸Hasil wawancara dengan Ibu R pada hari Sabtu Tanggal 11 Mei 2019 Pukul 12:15 WIB.

D. Analisis Data

Dampak Produk Pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah di Kabupaten Kotawaringin Timur akan peneliti uraikan dalam sub bab ini. Adapun pembahasan dalam sub bab ini terbagi menjadi 3 (tiga) kajian utama sesuai dengan rumusan masalah yaitu: pertama, mekanisme produk pembiayaan Paket Masa Depan pada Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah. Kedua, implimentasi produk pembiayaan Paket Masa Depan di *Mobile Marketing* Syariah. Ketiga, Dampak Produk Pembiayaan Paket Masa Depan pada Bank Tabungan Pensiunan Naasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah di Kabupaten Kotawaringin Timur.

1. Mekanisme Produk Pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan (BTPN) Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah di Kabupaten Kotawaringin Timur.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti paparkan pada bab penyajian data peneliti akan memaparkan tahap analisis yang ada pada Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah dalam hal mekanisme produk pembiayaan Paket Masa Depan sebagai berikut : Persyaratan untuk menjadi nasabah Paket Masa Depan terdiri dari beberapa aspek diantaranya aspek hukum dengan diwajibkannya identitas calon nasabah dan batasan usia seorang yang sudah dianggap dewasa dan boleh melakukan perjanjian atau akad tak

hanya itu usaha yang dijalankan nasabah harus berlandaskan syariah. Berikut persyaratan untuk menjadi nasabah di BTPN Syariah, sebagai berikut :

- a) Memiliki kartu tanda penduduk (KTP) dan Kartu Keluarga (KK).
- b) Perempuan dari keluarga pra / cukup sejahtera yang sudah memiliki usaha atau yang ingin memiliki usaha.
- c) Usia minimal 18 Tahun dan Maksimal 60 Tahun.
- d) Penduduk setempat yang bertempat tinggal tetap di wilayah/desa tersebut (tidak kontrak/kost).
- e) Apabila diketahui nasabah bertempat tinggal diatas tanah milik pihak ketiga, maka Tim *Mobile Marketing* Syariah harus mengisi Form Verifikasi Rumah di atas lahan milik orang lain.
- f) Jika dalam 1 (satu) rumah terdapat beberapa keluarga atau beberapa calon nasabah, maka yang diperkenankan menjadi nasabah hanya salah satu diantaranya.

Setelah pihak Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah menerima persyaratan permohonan pembiayaan dari nasabah, kemudian bagian *community officer* meneliti atau mengecek data calon nasabah yang mengajukan pembiayaan. Jika data sudah lengkap dan sudah memenuhi syarat, selanjutnya diberikan kepada *Branch manager*.

Hal yang pertama dalam pengajuan awal pembiayaan adalah tahap survei. Pada tahap survei ini, *community officer* akan menentukan layak

atau tidaknya calon nasabah tersebut diberikan pembiayaan. *Community officer* harus mencari informasi tentang calon nasabah dari lingkungan sekitar melalui wawancara langsung kepada anggota dan menganalisis usahanya. *Community officer* melakukan survei dengan cara menganalisis calon nasabah menggunakan prinsip 5C, yaitu *character*, *capacity*, *capital*, *collateral*, *condition*.

Character atau watak calon nasabah yang tujuannya adalah untuk menyakinkan pihak bank bahwa sifat atau watak dari orang-orang yang akan diberikan pembiayaan benar-benar dipercaya. Penilaian *character* ini bertujuan untuk mengukur kemauan calon nasabah dalam membayar angsuran. Terkait dengan teori pembiayaan dalam hal ini yaitu prinsip pembiayaan, *character* menjadi penilaian yang penting bagi Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah dalam pemberian pembiayaan. Hal tersebut terbukti dari hasil observasi peneliti bahwa pihak Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melakukan penilaian *character* atau watak nasabah baik dalam kehidupan pribadi dan lingkungan usaha nasabah pembiayaan Paket Masa Depan, ini dapat dilihat dari riwayat hidup, dan reputasi nasabah dalam pembiayaan sebelumnya.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti menyimpulkan bahwa penilaian *character* atau watak calon nasabah produk pembiayaan Paket Masa Depan yang dilakukan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah dari awal perjalanannya hingga sekarang sudah berjalan dengan baik dan

efektif. Setelah tahap *character* sudah dilakukan, hal yang perlu dilakukan oleh Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah yaitu *capacity*.

Capacity adalah penilaian kemampuan calon nasabah dalam mengelola bisnis serta kemampuan calon nasabah dalam mengembalikan pembiayaan yang disalurkan. Jika dikaitkan dengan teori pembiayaan dalam hal ini prinsip pembiayaan yaitu 5C, bahwa penilaian *capacity* calon nasabah yang dilakukan oleh Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah bertujuan untuk mengukur seberapa kemampuan calon nasabah dalam mengelola bisnisnya dan membayar angsuran pembiayaan. Hal ini terbukti dari hasil observasi dan wawancara dengan pihak Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui bagian *community officer* bahwa, *community officer* menganalisis dari penggunaan modal yang akan diberikan oleh Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah dan *community officer* juga menganalisis pendapatan dan pengeluaran calon nasabah. Disini dapat disimpulkan bahwa penilaian *capacity* calon nasabah yang dilakukan oleh Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah adalah salah satu penilaian produk pembiayaan Paket Masa Depan dalam mewujudkan mimpi masyarakat menjadi sejahtera tercapai. Selanjutnya, penilaian yang dilakukan oleh Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah, yaitu *capital*.

Capital adalah penilaian untuk mengetahui sumber pembiayaan yang dimiliki nasabah terhadap usaha yang akan dibiayai oleh bank. Apabila dikaitkan dengan teori prinsip pembiayaan 5C bahwa penilaian

pihak Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah dalam bagian *community officer* akan menganalisis tentang modal yang digunakan dalam usahanya, berapa modal sendiri dan berapa modal yang diperoleh dari pinjaman. Hal tersebut terbukti dari hasil wawancara dari karyawan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah pada *Mobile Marketing* Syariah yang menjadi subjek penelitian. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti dapat disimpulkan bahwa mekanisme produk pembiayaan Paket Masa Depan melakukan penilaian calon nasabah salah satunya adalah penilaian *capital*.

Selanjutnya adalah prinsip pembiayaan yaitu *collateral*. *Collateral* Merupakan jaminan yang diberikan nasabah kepada bank baik itu yang bersifat fisik maupun non fisik. Apabila dikaitkan dengan teori pembiayaan yaitu dalam prinsip-prinsip pembiayaan bahwa dalam Pembiayaan Paket Masa Depan tidak ada jaminan apapun. Hal ini terbukti dengan keterangan nasabah pembiayaan sebelumnya. Tetapi calon nasabah diwajibkan mengikuti pelatihan serta bimbingan dari pihak Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah selama 3 hari dan juga adanya tabungan wajib dan tabungan sukarela, tabungan wajib adalah dana pencairan para nasabah dipotong 10% untuk berjaga-jaga jikalau nasabah pada suatu saat tidak bisa membayar dan apabila angsuran sudah berakhir tabungan wajib tersebut dapat diambil oleh nasabah sedangkan tabungan sukarela adalah tabungan nasabah paling minimal Rp.1000,00

Berdasarkan uraian di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa penilaian prinsip pembiayaan dalam produk pembiayaan Paket Masa Depan tidaklah ditiadakan akan tetapi diganti dengan pelatihan, bimbingan serta adanya tabungan wajib dan tabungan sukarela. Prinsip pembiayaan yang terakhir adalah *condition*. *Condition* adalah kondisi usaha yang akan dijalankan nasabah tersebut atau tidak, Dalam kondisi perekonomian yang kurang stabil, sebaiknya pemberian pembiayaan untuk sektor tertentu jangan diberikan terlebih dahulu dan walaupun jadi diberikan sebaiknya juga dengan melihat prospek usaha tersebut dimasa yang akan datang.

Dikaji dalam teori tersebut bahwa penilaian kondisi calon nasabah yang dilakukan oleh pihak Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah lewat bagian *community officer* bahwa pada penilaian ini *community officer* akan mempertimbangkan situasi dan kondisi ekonomi tentang prospek usaha yang akan dijalankan calon nasabah. Berdasarkan uraian di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa tujuan penilaian *condition* yang dilakukan oleh Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah adalah bertujuan untuk menilai layak ataupun tidak calon nasabah diberikan pembiayaan. Setelah *community officer* melakukan survei dan menganalisis pembiayaan, kemudian *community officer* mengajukan data-data yang didapat dari survei tersebut untuk diproses kepada *Branch Manager*. *Branch Manager* bertugas untuk menentukan atau memutuskan permohonan pembiayaan calon nasabah di tolak atau disetujui. Apabila

Branch Manager menyetujui pengajuan pembiayaan maka pihak Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah akan melakukan pencairan secara langsung pada hari yang ditentukan dengan menggunakan akad *Wakalah wal Murabahah* Bank Tabungan Pensiunan Nasional memberikan dana yang dipinjam dan dipercayakan kepada nasabah untuk membeli semua keperluan usaha nasabah tetapi Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah tetap mengawasinya dengan meminta nota belanja sehingga produk pembiayaan Paket Masa Depan dapat berjalan sesuai dengan keinginan Bank dan nasabah.

Sebagaimana analisis yang peneliti paparkan di atas, maka peneliti dapat mengambil sebuah kesimpulan bahwa mekanisme produk pembiayaan Paket Masa Depan pada Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah pada dasarnya mengandung aspek hukum dalam prosedur produk pembiayaan Paket Masa Depan dan juga ada beberapa tahapan-tahapan yang dilakukan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah, yaitu prinsip 5C: *character, capacity, capital, collateral, condition*. Semua tahapan penilaian tersebut bertujuan untuk menumbuhkan rasa kepercayaan dari Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah dengan calon nasabah yang ingin melakukan pembiayaan Paket Masa Depan. Pada dasarnya mekanisme produk pembiayaan Paket Masa Depan pada Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah tidaklah mempersulit bahkan mempermudah calon nasabah ketika melakukan pembiayaan terlebih lagi kepada masyarakat pedesaan serta

produk pembiayaan Paket Masa Depan pada Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah telah sesuai dengan Otoritas Jasa Keuangan dalam peraturannya Nomor 31/POJK.05/2014 tentang penyelenggaraan usaha pembiayaan syariah yang berlaku.

2. Implementasi Produk Pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah di Kabupaten Kotawaringin Timur.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti paparkan pada bab penyajian data peneliti akan memaparkan tahap analisis yang ada pada Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah dalam hal implementasi produk pembiayaan Paket Masa Depan. Yaitu : *Pre-marketing*, *mini meeting*, *projection meeting*, survei dan wawancara, pelatihan dasar keanggotaan, *maintance* nasabah serta *monitoring* nasabah.

Peneliti melakukan observasi dan wawancara kepada karyawan *Mobile Marketing* Syariah dan nasabah. Dari kedua subjek yang diwawancarai, dapat disimpulkan bahwa proses tahapan Implementasi produk pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah meliputi: tahapan yang pertama dilakukan oleh tim *Mobile Marketing* Syariah yaitu, adanya pendekatan kepada masyarakat yaitu *pre-marketing*, sebagai tahapan awal, tim *Mobile Marketing* Syariah mengadakan pengenalan dan pendekatan dengan menjalin silaturahmi kepada aparat desa, untuk bersilahturahmi

sekaligus mensosialisasi produk Paket Masa Depan yang akan diberikan kepada warga disekitar desa tersebut. Selain bersilahturahmi dan penjelasan produk Paket Masa Depan, Tim *Mobile Marketing* Syariah juga bisa mencari informasi kepada aparat desa mengenai calon nasabah yang akan dikasih pembiayaan nantinya. Beberapa tahun berjalan tim *Mobile Marketing* Syariah sudah tidak lagi melakukan *pre-marketing* karena sudah mendapat kepercayaan dari aparat desa yang bersangkutan maka dari itu tim *Mobile Marketing* Syariah langsung ke tahapan selanjutnya yaitu *mini meeting*..

Mini meeting adalah pertemuan kecil dengan ibu-ibu untuk mengetahui potensi kebutuhannya serta memberikan motivasi untuk mewujudkan mimpi ibu-ibu pedesaan. Hal ini terbukti dari hasil wawancara yang peneliti lakukan bahwa tim *Mobile Marketing* Syariah mengadakan pertemuan kecil dengan para-para ibu-ibu yang ingin merubah hidup menjadi lebih sejahtera dengan memberikan motivasi dan bimbingan dalam tahapan *mini meeting*.

Tahapan ketiga yaitu, *projection meeting* adalah pertemuan formal dengan calon nasabah untuk membahas tentang pembiayaan Paket Masa Depan disini tim *Mobile Marketing* Syariah mengutamakan sifat keterbukaan antara pihak bank dan nasabah terkait usaha yang dijalankan atau kendala yang dihadapi nasabah. Hal ini terbukti dari hasil wawancara dengan karyawan dan nasabah yang peneliti wawancarai bahwa *Projection meeting* dilakukan untuk menggali kebutuhan calon nasabah,

dan menjelaskan secara detail tujuan, manfaat dan ketentuan mengenai Paket Masa Depan serta menumbuhkan motivasi kepada ibu-ibu agar berani berusaha, disiplin, kerja keras dan saling bantu.

Selanjutnya yang dilakukan oleh tim *Mobile Marketing* Syariah yaitu survei dan wawancara. Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan dan nasabah yang melibatkan tetangga nasabah. Kegiatan ini untuk menggali secara mendalam terkait dengan informasi dan karakter calon nasabah yang nantinya kelak akan menjadi nasabah. Berdasarkan prinsip produk pembiayaan Paket Masa Depan pada Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah untuk menciptakan peluang usaha bagi para perempuan guna menciptakan taraf hidup keluarga agar lebih sejahtera.

Kemudian jika dikaji dengan teori manfaat pembiayaan dan juga didukung oleh hasil wawancara yang peneliti lakukan bahwa setelah tim *Mobile Marketing* Syariah melakukan survei dan wawancara calon nasabah. Tim *Mobile Marketing* Syariah mengadakan pelatihan dasar keanggotaan selama 3 hari sebagai penentu calon nasabah untuk mendapatkan pembiayaan Paket Masa Depan. Pelatihan ini sebagai upaya agar calon nasabah dapat memahami pengelolaan keuangan dan pelatihan ini menjadi cara Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah untuk meningkatkan kesejahteraan nasabah serta pelatihan dasar keanggotaan ini untuk membuat kepercayaan bank dan nasabah terjalin..

Sejalan dengan teori pembiayaan pada manfaat pembiayaan dalam hal ini tim *Mobile Marketing* Syariah memberikan fasilitas lain kepada

nasabah selain permodalan. Tim *Mobile Marketing* Syariah tidak hanya sekedar memberikan modal untuk menjalankan usaha namun juga mengadakan *maintance* nasabah yang dapat diartikan sebagai pendampingan atau bimbingan, tim *Mobile Marketing* Syariah mengadakan pertemuan rutin kepada nasabah untuk membentuk kedisiplinan, kebersamaan dan saling mendukung dalam setiap grup. Nasabah juga tidak perlu lagi ke kantor untuk membayar angsuran, karena tim *Mobile Marketing* Syariah yang akan mendatangi mereka, tidak sekedar itu adanya pelatihan kepada nasabah yang bertujuan agar mereka mengetahui bagaimana cara mengelola keuangan. Kelebihan atau nilai tambah dari produk pembiayaan Paket Masa Depan, tim *Mobile Marketing* Syariah juga melakukan kegiatan ini secara berkelanjutan dan secara terus menerus. Tim *Mobile Marketing* Syariah mengadakan *monitoring* kepada nasabah sebagai upaya untuk melihat apakah ada perubahan setelah mendapatkan pembiayaan Paket Masa Depan. Kegiatan ini juga bertujuan untuk mengetahui apakah nasabah tersebut telah menggunakan dana yang dicairkan sesuai dengan perjanjian awal atau tidak.

Sebagaimana analisis yang telah peneliti paparkan di atas, maka peneliti mendapat sebuah kesimpulan bahwa implementasi produk pembiayaan Paket Masa Depan pada Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah di *Mobile Marketing* Syariah secara umum sudah berjalan sesuai dengan standart operasional prosedur yang ditetapkan oleh Bank

Tabungan Pensiunan Nasional Syariah dan dijalankan dengan baik serta efektif. Terlebih lagi tim *Mobile Marketing* Syariah di Kabupaten Kotawaringin Timur berperan aktif dalam membantu mensejahterakan masyarakat di Kabupaten Kotawaringin Timur dan berdasarkan pada prinsip teori manfaat pembiayaan, pihak bank khususnya bagian tim *Mobile Marketing* Syariah juga sudah memberikan fasilitas lain selain dalam hal permodalan yaitu tim *Mobile Marketing* Syariah melakukan pendampingan atau bimbingan kepada nasabah terkait dengan arahan usaha sehingga impian nasabah produk pembiayaan Paket Masa Depan untuk menjadi lebih sejahtera menjadi terwujud.

3. Dampak Produk Pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah di Kabupaten Kotawaringin Timur

Dampak dapat diartikan sebagai benturan pengaruh atau akibat yang kuat. Dalam setiap keputusan yang diambil oleh seorang yang mempunyai dampak tersendiri, baik itu dampak positif maupun negatif dari sebuah tindakan yang dilakukan oleh satu/ kelompok orang yang melakukan kegiatan tertentu. Berdasarkan hasil wawancara kepada 7 (tujuh) nasabah dari Kabupaten Kotawaringin Timur yang melakukan pembiayaan Paket Masa Depan, maka peneliti dapat menganalisis lebih lanjut. Sebagai berikut:

Kebutuhan yang harus dipenuhi membuat Ibu IM dan suaminya harus bekerja dengan lebih giat lagi untuk memenuhi hidup keluarganya agar

menjadi lebih baik dan sejahtera. Suami Ibu IM bekerja sebagai penyewaan angkutan barang ke Kota dengan mobil pick-up tetapi sudah beberapa bulan tidak digunakan karena rusak. Ibu IM yang hanya sebagai penjual warung sembako. Tentunya sangat membutuhkan biaya tambahan untuk memenuhi kebutuhannya. Untuk menambah modal berdagang sembako tentunya harus mempunyai dana yang cukup banyak sehingga Ibu IM memanfaatkan produk pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah di *Mobile Marketing* Syariah yang tidak ada jaminannya. Pembiayaan Ibu IM berjalan selama 3 tahun, untuk pinjaman awal sebesar Rp. 4.000.000,00 dan pada tahun selanjutnya sebesar Rp. 8.000.000,00 pada tahun ketiga Ibu IM meminjam sebesar Rp. 16.000.000,00. Adapun dampak yang dirasakan oleh Ibu IM setelah memanfaatkan produk pembiayaan Paket Masa Depan adalah dagangan Ibu IM menjadi bertambah bermacam-macam sehingga pendapatan Ibu IM menjadi lebih banyak dari sebelumnya dan pekerjaan suaminya menjadi memadai serta Ibu IM bisa menjalankan rukun Islam yang kelima menjadi terpenuhi.

Bekerja untuk membantu keuangan rumah tangga merupakan suatu hal yang harus dilakukan oleh Ibu YA. Apalagi Ibu YA mempunyai anak yang memerlukan biaya pendidikan yang tidak sedikit. Suami Ibu YA bekerja sebagai nelayan dan Ibu YA berdagang ikan hasil dari tangkapan suaminya kepasar dan tentunya membutuhkan tambahan modal untuk mengembangkan usahanya. Sehingga Ibu YA mengikuti produk pembiayaan Paket Masa Depan pada Bank Tabungan Pensiunan Nasional

Syariah di *Mobile Marketing* Syariah dengan 3 tahun perjalannya pembiayaan mencapai Rp. 10.000.000,00. Hasil Perkembangan usaha Ibu YA yang dari tahun ke tahun mengalami perkembangan yang signifikan maka Ibu YA membuat rumah disamping rumah orang tuanya dan juga kebutuhan pangan dan kebutuhan untuk biaya pendidikan anaknya menjadi terpenuhi.

Kebutuhan yang harus dipenuhi membuat Ibu LW berpikir lebih keras, apalagi dengan kondisi ekonomi yang sekarang. Suami Ibu LW yang tidak bekerja karena kapal yang menjadi sumber mata pencaharian sebagai nelayan rusak yang membuat perekonomian Ibu LW semakin sulit. Ibu LW adalah seorang ibu rumah tangga dengan 1 orang anak yang masih kecil, inilah yang menjadi dasar Ibu LW untuk meminjam modal untuk memperbaiki kapal suaminya dengan produk pembiayaan Paket Masa Depan pada Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah di *Mobile Marketing* Syariah dengan pinjaman awal Rp. 3.000.000,00 yang berjalan selama 1 tahun. Menurut Ibu LW keberadaan produk pembiayaan Paket Masa Depan sangat membantu keuangan keluarganya. Kemudian pada tahun selanjutnya Ibu LW mengikuti pembiayaan selanjutnya sebesar Rp. 6.000.000,00 hingga pembiayaan selanjutnya Rp. 12.000.000,00. Dampak yang dirasakan oleh Ibu LW adalah suami Ibu LW mendapat pekerjaan dan penghasilannya cukup untuk memenuhi kebutuhan pangan bagi keluarga ibu LW sehari-hari.

Ibu F merupakan ibu rumah tangga yang pendapatan hanya bergantung pada suami, apabila suami tidak bekerja maka pemasukan pendapatan bagi keluarga Ibu F juga tidak ada. Karena kebutuhan ekonomi maka Ibu F meminjam modal dengan memanfaatkan produk pembiayaan Paket Masa Depan yang ditawarkan oleh tim *Mobile Marketing* Syariah terlebih lagi pembiayaan ini tidak ada jaminannya maka Ibu F tertarik untuk melakukan pembiayaan. Peminjaman awal yaitu sebesar Rp.4.000.000,00 pembiayaan tersebut digunakan oleh Ibu F untuk memperbaiki kapal yang menjadi mata pencaharian keluarganya. Setelah usaha keluarga Ibu F mulai berkembang maka pada tahun selanjutnya Ibu F melakukan pembiayaan hingga sekarang mencapai Rp. 16.000.000,00 yang bertujuan untuk membeli alat tangkap ikan yang terbilang mahal bagi masyarakat pedesaan. Dampak yang dirasakan oleh Ibu F adalah pekerjaan yang memadai untuk suami sehingga perekonomian keluarga Ibu F menjadi lebih baik.

Kebutuhan yang harus dipenuhi membuat Ibu A bekerja lebih giat lagi. Apalagi dengan kondisi ekonomi yang sekarang. Suami Ibu A yang bekerja sebagai nelayan dan pekerjaan Ibu A sebagai penampung ikan-ikan yang didapat oleh para nelayan di desa Sei Ijum. Meskipun keuntungan tidak seberapa karena usaha yang dijalankan banyak yang sejenis dengan orang lain. Namun itu tidak mematahkan semangatnya. Ibu A pun meminjam modal untuk usahanya dengan memanfaatkan produk pembiayaan Paket Masa Depan pada Bank Tabungan Pensiunan Nasional

Syariah di *Mobile Marketing* Syariah di Kabupaten Kotawaringin Timur dengan peminjaman awal Rp. 4.000.000,00 berjalan selama satu tahun lebih, yang menurut Ibu A keberadaan produk pembiayaan Paket Masa Depan sangat membantu keuangan keluarganya. Perkembangan usaha yang dirasakan oleh Ibu A membuat keinginan Ibu A untuk mengikuti pembiayaan lanjutan sebesar Rp. 8.000.000,00. Kemudian pada selanjutnya Ibu A berkeinginan untuk membeli sebidang tanah untuk membuat kolam ikan dan membeli alat tangkap ikan untuk suaminya dengan melakukan pembiayaan Paket Masa Depan lanjutan yakni sebesar Rp. 16.000.000,00. Dampak yang dirasakan oleh Ibu A adalah berkembangnya usaha Ibu A menjadi lebih maju dan juga biaya pendidikan untuk anak Ibu A menjadi terpenuhi.

Kebutuhan yang harus dipenuhi membuat Ibu D dan suaminya harus bekerja dengan lebih giat lagi untuk memenuhi hidup keluarganya agar menjadi lebih baik dan sejahtera. Suami Ibu D bekerja sebagai nelayan Ibu D yang hanya sebagai penampung ikan didesanya. Tentunya sangat membutuhkan biaya tambahan untuk memenuhi kebutuhannya. Untuk menambah modal dalam perkembangan usahanya untuk mewujudkan mimpinya menjadi lebih sejahtera tentunya harus mempunyai dana yang tidak sedikit sehingga Ibu D memanfaatkan produk pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah di *Mobile Marketing* Syariah yang tidak memerlukan jaminan sebagai persyaratannya. Pembiayaan Ibu D berjalan selama 3 tahun, untuk pinjaman awal sebesar.

Rp. 4.000.000,00 dan pada tahun selanjutnya sebesar Rp. 8.000.000,00 pada tahun ketiga Ibu D meminjam sebesar Rp. 16.000.000,00. Adapun dampak yang dirasakan oleh Ibu D setelah memanfaatkan produk pembiayaan Paket Masa Depan adalah Perkembangan usaha Ibu D menjadi sangat berkembang sehingga pendapatan Ibu D meningkat dari sebelumnya bahkan Ibu D dapat membuat lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat di desanya dan juga Ibu D membuat usaha tambahan dengan membuat sarang walet.

Kebutuhan yang harus dipenuhi membuat Ibu YN berpikir lebih keras, apalagi dengan kondisi ekonomi yang sekarang. Ibu LW adalah seorang ibu rumah tangga yang sekaligus menjadi penampung ikan di desanya, Untuk mengembangkan usahanya Ibu YN memerlukan modal untuk membeli tempat penampungan ikan dan alat tangkap ikan untuk suaminya bekerja. Inilah yang menjadi dasar Ibu YN untuk meminjam modal dengan memanfaatkan produk pembiayaan Paket Masa Depan pada Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah di *Mobile Marketing* Syariah dengan pinjaman awal Rp. 4.000.000,00 yang berjalan selama 1 tahun. Menurut Ibu YN keberadaan produk pembiayaan Paket Masa Depan sangat membantu keuangan keluarganya. Kemudian pada tahun selanjutnya Ibu YN mengikuti pembiayaan selanjutnya sebesar Rp. 8.000.000,00 hingga pembiayaan selanjutnya Rp. 16.000.000,00. Dampak yang dirasakan oleh Ibu YN adalah suami Ibu YN mempunyai pekerjaan dan penghasilannya

cukup untuk memenuhi kebutuhan pangan bagi keluarga ibu YN sehari-hari.

Dikaji dengan teori dampak dan berdasarkan data observasi dan wawancara yang diperoleh, dampak dari keberadaan produk pembiayaan Paket Masa Depan di Kabupaten Kotawaringin Timur yaitu, subjek pertama, pada awalnya dagangan ibu IM hanya sedikit dibandingkan setelah melakukan pembiayaan Paket Masa Depan sehingga dapat menambah berbagai macam kebutuhan pokok untuk usahanya. Subjek kedua sebelum ibu YA melakukan pembiayaan hanya mengharap pendapatan suami, sekarang setelah melakukan pembiayaan dapat berdagang sehingga pendapatan keluarga pun bertambah. Subjek ketiga yang awalnya suami tidak dapat bekerja karena fasilitas kerja rusak sehingga perekonomian keluarga terhambat sekarang setelah melakukan pembiayaan Paket Masa Depan, suami dapat bekerja sehingga pendapatan keluarga pun bertambah. Subjek keempat pada mulanya keuangan keluarga pas-pasan tapi setelah melakukan pembiayaan dapat menambah fasilitas kerja sehingga keuangan dapat bertambah. Subjek kelima pada awalnya melakukan pembiayaan untuk menambah modal dan setelah melakukan pembiayaan bertambah perekonomian keluarga meningkat Subjek keenam awalnya hanya mampu memenuhi kebutuhan keluarganya saja tetapi setelah melakukan pembiayaan Paket Masa Depan dapat memberikan lapangan pekerjaan kepada masyarakat. Subjek ketujuh yang awalnya hanya dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari setelah melakukan

pembiayaan dapat memenuhi kebutuhan pendidikan anak dan bahkan bertahan pada musim paceklik

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa dampak produk pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah jika dilihat dari aspek ekonomi dapat meningkatkan ekonomi masyarakat, membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar, terjalin hubungan yang lebih erat antar kelompok karena adanya pertemuan rutin. Dalam hal ini, membantu kesejahteraan ekonomi masyarakat yang berdampak positif bagi nasabah Program Pembiayaan Paket Masa Depan. Hal ini juga terbukti dengan meningkatnya daya beli masyarakat baik terhadap kebutuhan pokok maupun kebutuhan penunjang seperti alat transportasi dan peralatan rumah tangga serta untuk kebutuhan usahanya. Seperti subjek pertama setelah melakukan pembiayaan Paket Masa Depan hasil yang diperoleh dari modal yang diberikan yaitu mampu membeli berbagai macam jenis usaha, bahkan mampu memperbaiki alat transportasi serta mampu untuk menjalankan ibadah ke Tanah Suci. Subjek kedua setelah mendapatkan pembiayaan Paket Masa Depan ini mampu untuk berdagang bahkan juga mampu untuk membuat rumah pribadi. Subjek ketiga, hasil yang didapat setelah adanya tambahan modal untuk menjalankan usaha yang dijalankan suaminya sebelumnya dan juga mampu memenuhi kebutuhan dan fasilitas dapur. Subjek keempat setelah melakukan pembiayaan yaitu mampu untuk memperbaiki fasilitas kebutuhan kerja yang mampu menambah pendapatan

keluarga. Subjek kelima setelah melakukan pembiayaan Paket Masa Depan untuk menambah modal usaha hasil yang didapat adalah mampu membuat penambakan ikan sehingga mampu menambah pendapatan keluarga. Subjek keenam setelah melakukan pembiayaan Paket Masa Depan untuk keperluan penambahan modal fasilitas kerja sehingga hasil yang didapat adalah membuat usaha baru dari sebelumnya bahkan mampu menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat sekitarnya. Subjek ketujuh setelah melakukan pembiayaan Paket Masa Depan adalah untuk keperluan menambah modal hasil yang didapat adalah mampu memenuhi kebutuhan pendidikan anak sekolah dan kebutuhan dapur.

Dampak positif dari produk pembiayaan Paket Masa Depan yang dirasakan oleh nasabah juga dirasakan oleh masyarakat sekitar nasabah pembiayaan. Produk pembiayaan Paket Masa Depan juga membantu mewujudkan fungsi dari suatu negara yaitu menciptakan kesejahteraan dan kemakmuran bagi rakyatnya. Hal ini terbukti dengan hasil observasi dan wawancara bahwa dampak positif yang dirasakan oleh nasabah produk pembiayaan Paket Masa Depan juga dapat dirasakan oleh masyarakat sekitar dengan mendapat pekerjaan yang sebelumnya tidak memiliki pekerjaan sehingga terbebas dari kemiskinan.

Sebagaimana analisis yang telah peneliti paparkan di atas, peneliti mendapat sebuah kesimpulan bahwa langkah Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah dengan membuat *Mobile Marketing* Syariah untuk menjangkau masyarakat pedesaan yang tidak mempunyai akses ke

perbankan dengan menawarkan produk Pembiayaan Paket Masa Depan yang diberikan kepada masyarakat Kabupaten Kotawaringin Timur dalam upaya membawa dampak bagi kesejahteraan masyarakat adalah berdampak positif untuk meningkat ekonomi masyarakat, yang mana sebelum adanya produk pembiayaan Paket Masa Depan oleh Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah di Kabupaten Kotawaringin Timur, dulu tidak sedikit masyarakat khususnya ibu-ibu desa yang meminjam modal kepada renterir serta sebagian masyarakat tidak mempunyai pekerjaan dan sebagian yang lain hanya mengharap pendapatan dari suami. Akan tetapi, lapangan pekerjaan untuk ibu-ibu sudah memadai bahkan masyarakat sekitar juga bisa merasakan dampak positif produk pembiayaan Paket Masa Depan. Sehingga peneliti mendapat sebuah kesimpulan bahwa produk pembiayaan Paket Masa Depan memberikan dampak positif bagi peningkatan ekonomi nasabah di Kabupaten Kotawaringin Timur.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan analisis yang telah dikemukakan pada bab terdahulu maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Mekanisme produk pembiayaan Paket Masa Depan pada Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah sudah sesuai dengan standar operasional prosedur yang telah ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan dalam peraturannya Nomor 31/POJK.05/2014 tentang penyelenggaraan usaha pembiayaan syariah yang berlaku.
2. Implementasi produk pembiayaan Paket Masa Depan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah melalui *Mobile Marketing* Syariah dalam menawarkan produk pembiayaan Paket Masa Depan sudah sesuai dengan standar operasional prosedur yang ditetapkan oleh Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah.
3. Dampak produk pembiayaan Paket Masa Depan (PMD) memberikan dampak positif terhadap peningkatan ekonomi masyarakat di Kabupaten Kotawaringin Timur. Hal ini dapat dilihat dari terpenuhinya kebutuhan pokok nasabah pembiayaan Paket Masa Depan, baik kebutuhan sandang, kebutuhan pangan, kebutuhan papan, mempunyai pekerjaan dan mendapat pendidikan yang sudah terpenuhi.

B. Saran

Saran yang dapat peneliti berikan berdasarkan hasil dan analisis penelitian adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada tim *Mobile Marketing* Syariah di Kabupaten Kotawaringin Timur mempertahankan kinerja yang sudah ada, dan selalu melakukan evaluasi agar tetap terjaga supaya tujuan untuk memsejahterakan keluarga pra sejahtera mendapatkan kehidupan yang lebih baik bisa terwujud lebih banyak lagi.
2. Tim *Mobile Marketing* Syariah harus tetap meningkatkan kualitas pelayanan sehingga dapat menarik nasabah yang lain bahkan mampu menjangkau desa-desa yang sangat terpencil supaya dapat mensejahterakan masyarakat pedesaan.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Alma, Buchari, *Manajemen Bisnis Syariah :Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah Dari teori Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Arifin, Zainul, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta: Pustaka Alvabet, 2006.
- Arikunto, Suharsimi, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2003.
- Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2007.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Kotawaringin Timur, *Kecamatan Mentaya Hilir Selatan Dalam Angka*, Kab. Kotim: Bps Kabupaten Kotawaringin Timur, 2016.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Kotawaringin Timur, *Kabupaten Kotawaringin Timur Dalam Angka 2018*, Kab. Kotim: BPS Kabupaten Kotawaringin Timur, 2018.
- Bungin, Burhan, *Analisis data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003.
- Griffin, Ricky W, *Manajemen*, Jakarta: Erlangga 2004.
- Hermansyah, *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2007.
- Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian beserta Contoh Proposal Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Ichsan Hasan, Nurul, *Perbankan Syariah (Sebuah Pengantar)*, Ciputat: Referensi (GP Press Group, 2014.
- Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Bank Syariah*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014.

Ismail, *Manajemen Perbankan Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi*, Jakarta: Kencana, 2011.

Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2011.

Karim, Adiwarmanto. 2010. *Bank Islam : Analisa Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2002.

Kertajaya, Hermawan & Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan, 2006.

Kotler & Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, alih bahasa Alexander Sindor, Jakarta: PT. Indeks, 2004

Limbong, Bernhard, *Ekonomi Kerakyatan Dan Nasionalisme Ekonomi*, Jakarta: PT Dharma Karsa Utama, 2013.

Moleong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Rosda Karya, 2002.

Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014.

Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2014.

Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Yogyakarta: Ekonosia, 2005.

Noor, Henry Faizal, *Ekonomi Publik (Ekonomi Kesejahteraan Rakyat)*, Padang: @kademika, 2013.

Umam, Khotibul dan Setiawan Budi Utomo, *Perbankan Syariah Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014.

Rival, Veithzal dan Andria Permata Veithzal, *Islamic Financial Management*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.

Sanjaya, Ridwan & Josua Tarigan, *Creative Digital Marketing*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2009.

Suharsaputra, Uhar, *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan)*, Bandung: Rafika Aditama, 2012.

Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013.

Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 Tahun 1998 Pasal 8 (1).

Usman, Rachmadi, *Aspek Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*, Jakarta : Sinar Grafika, 2014.

Wirdyaningsih, *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*, Jakarta : Kencana, 2005.

B. Skripsi

Dwi Diah Suryaningsih, *Analisis Peningkatan Kesejahteraan Nasabah Pembiayaan Mikro di PT BRI Syariah KCP Mojokerto Bangsal*, Skripsi, Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2017.

Dia Oktavia Sari, *Pengaruh Pembiayaan Modal Kerja Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Nasabah Bank BTN Syariah Palembang*, Skripsi, Palembang, UIN Raden Fatah, 2017.

Andry Herdiansyah, *Pengaruh Pembiayaan Modal Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Nasabah (Studi pada Bank DKI Syariah Cabang Wahid Hasyim)*, Skripsi, Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah, 2008.

C. Jurnal

A Ghazali Maswatu, Frendy Pelleng, Dolina Tampi, *Analisis Sumber dan Penggunaan Modal Kerja Pada PT. Bank Tabungan Negara, (Persero) TBK. CAB. Manado*, Jurnal Administrasi Bisnis, 2016, 4 (2),

Arif Amrullah, *Peran Produk Pembiayaan Mikro Dalam Mnegembangkan UMKM Sektor Riil di Kabupaten Sidoardjo Tahun 2013-2015 (Studi Kasus BNI Syariah Cabang Mikro Sidoardjo)*, *Journal Of Economics*, 2017, 1 (2),

Fitriani Prastiawati & Emile Satia Darma, *Peran Pembiayaan Baitul Maal Wat Tamwil Terhadap Perkembangan Usaha dan Peningkatan Kesejahteraan Anggotanya dari Sektor Mikro Pedagang Pasar Tradisional*, Jurnal Akuntansi dan Investasi, 2016, Vol. 17 No. 2.

Narti Ea Putria, *Pengaruh Pemanfaatan Mobile Marketing Smartphone Blackberry dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Tingkat Kepercayaan Pelanggan di Kota Batam*, CBIS Journal, 2015, Vol. 3 No.1.

Purwanto, *Beberapa Permasalahan Perjanjian Pembiayaan Konsumen Dengan Jaminan Fidusia*, Jurnal Rechts Vinding, 2012, Vol. 1 No. 2.

Putra Halomoan Hasibuan, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jaminan Pembiayaan Muudharabah*, Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, 2017, Vol. No. 1.

Saduldyn Pato, *Analisis Pemberian Kredit Mikro Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Manado*, Jurnal EMBA, 2013, Vol. 1 No. 4.

D. Internet

Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah, *Tentang Kami*, <https://www.btpn.com/id/tentang-kami/btpn-syariah>, (Online pada tanggal 12 Februari 2019).

Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah, *Penghargaan*, <https://www.btpnsyariah.com/beritamedia/penghargaan/61penghargaan-2015>. (Online pada tanggal 15 Januari 2019).

Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah, *Produk*, <http://www.btpnsyariah.com/produk/>, (Online pada tanggal 15 Januari 2019).











